

Nero Concept



Andrés Felipe Pérez Camacho

Camila Alejandra Benítez Lemus

Isabella Sofía Santos Araujo

José Pablo Durán Forero

Julián Sacristán Forero

Gerencia de Marketing para Entornos Digitales

Escuela de Administración

24 de Mayo

Bogotá, Colombia

2025

Declaramos bajo gravedad de juramento, que hemos escrito el presente proyecto integrador de especialización por nuestra propia cuenta, y que por lo tanto, su contenido es original. Declaramos que hemos indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información, y que este proyecto integrador de especialización no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación”. Nombres:

Andrés Felipe Pérez Camacho

Camila Alejandra Benítez Lemus

Isabella Sofía Santos Araujo

José Pablo Durán Forero

24 de mayo de 2025

Declaración de exoneración de responsabilidad: “Declaramos que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de sus autores. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él”. Nombres:

Andrés Felipe Pérez Camacho

Camila Alejandra Benítez Lemus

Isabella Sofía Santos Araujo

José Pablo Durán Forero

24 de mayo de 2025

Introducción

Nero se destaca por su propuesta de valor centrada en la autenticidad, la exclusividad del diseño y la excelencia en la experiencia del cliente. Sin embargo, pese a su crecimiento sostenido, la marca enfrenta desafíos en cuanto a posicionamiento digital, diferenciación frente a competidores consolidados. Esto requiere una reconfiguración de su estrategia de marketing que no solo amplifique su visibilidad, sino que también potencie la conexión emocional con sus audiencias objetivo.

El propósito es que Nero no solo continúe su expansión, sino que se consolide como una marca referente en joyería masculina a nivel nacional e internacional, conectando con un público que valora el diseño, la autenticidad y el estilo como forma de expresión personal.

Objetivo

Desarrollar un plan de marketing digital que potencie el reconocimiento y posicionamiento de la marca, aumentando su presencia en medios digitales y tradicionales mediante campañas conjuntas y colaboraciones estratégicas con marcas reconocidas.

Tabla de contenido



1. DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA

1. Presentación de la empresa
2. Actuales estrategias de marketing
3. Análisis del entorno y la competencia

2. PLANEACION

1. Estudio de mercado, objetivos de marketing y financieros
2. Modelos de negocio y proyección
3. Gerencia de clientes en entornos digitales

3. PROYECCIÓN

1. Estrategia de producto, marketing y branding
2. Estrategia de indicadores y métricas analíticas
3. Aspectos financieros y presupuesto

¿QUIENES SOMOS?

Nero Concept es una destacada empresa de comercio electrónico especializada en accesorios masculinos, con diseños exclusivos y métodos de elaboración innovadores, que garantizan una calidad sobresaliente, 10 veces superior a la media del mercado. Esta dedicación ha propiciado una notable aceptación a nivel nacional, con presencia en más de 400 municipios de Colombia, y una sólida expansión internacional, con clientes en más de 30 países.

WE ARE NERO

SOMOS NERO

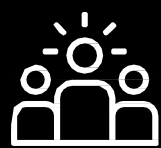
NERO

VALORES

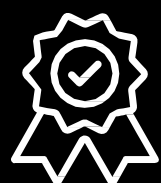
- Soñamos con redefinir el concepto de lo que es un accesorio.
- Lo que usas define tu estilo de vida, tus gustos, lo que sientes, más no lo que vales como persona.



Pasión



Creatividad



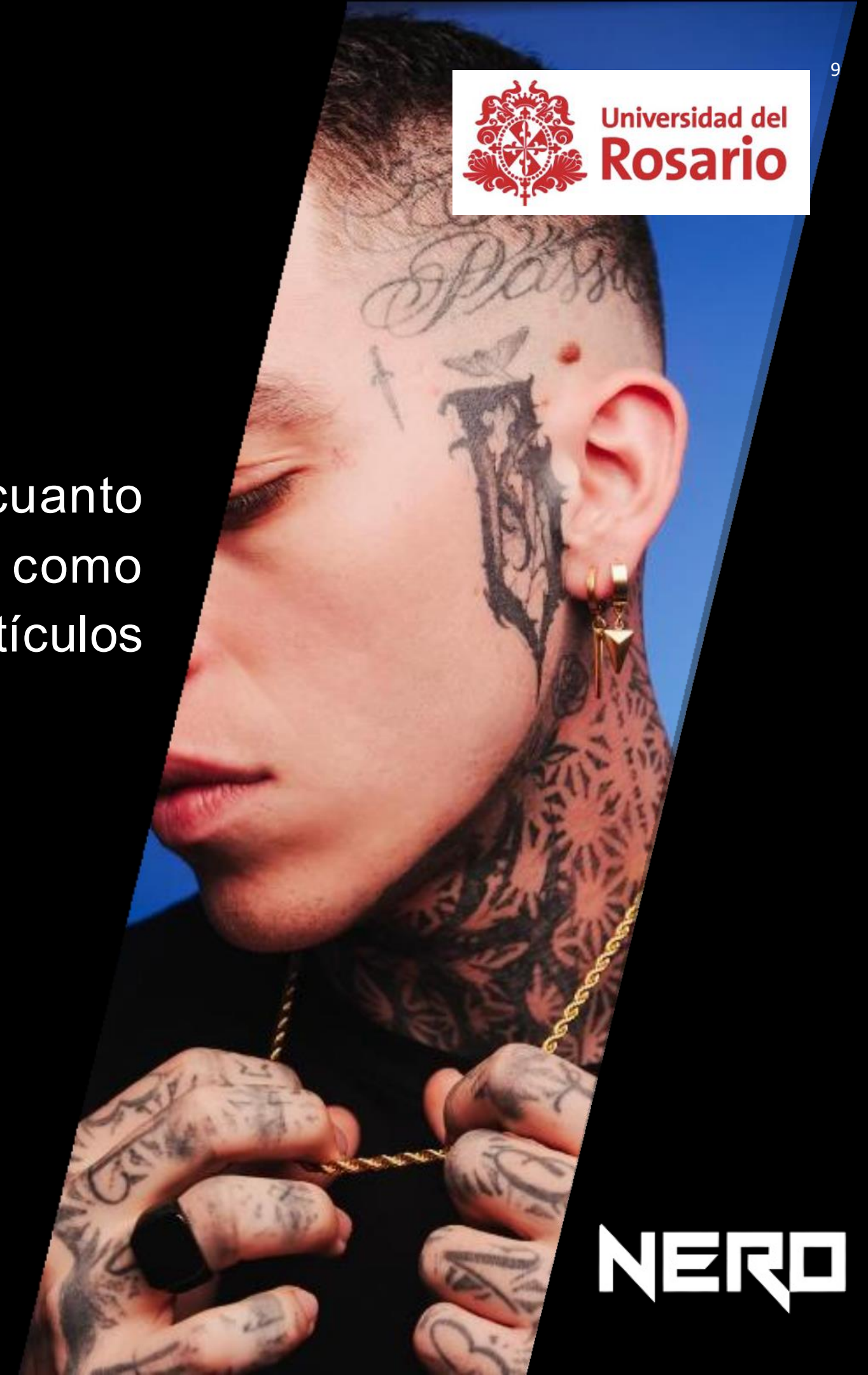
Excelencia

NERO

PRINCIPIOS

Nos caracterizamos por manejar prendas únicas en cuanto a diseño y método de elaboración que a dado como resultado accesorios de una calidad superior a artículos promedio.

- Innovación y Diseño
- Exclusividad
- Transparencia y Ética
- Servicio personalizado





MISIÓN

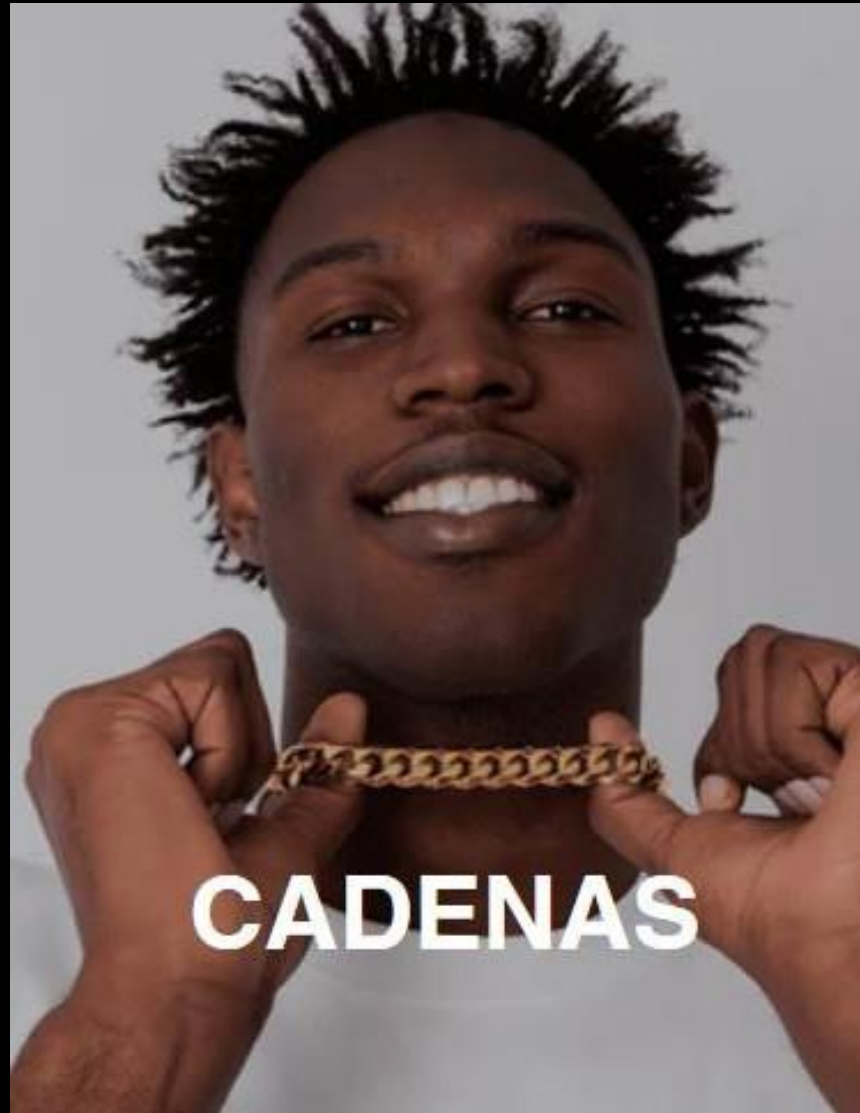
Diseñar y crear joyas excepcionales que combinan calidad insuperable, valor auténtico y el respaldo de una marca confiable. Nos dedicamos a ofrecer experiencias únicas y un servicio al cliente excepcional, con el compromiso de superar las expectativas de nuestros clientes en todo el mundo.

VISIÓN

Convertirnos en una marca líder para el año 2030, destacando la autenticidad y el valor a través de accesorios que realcen la individualidad de nuestros clientes y complementen su estilo único.

FRATERO

Accesorios



CADENAS



DIJES



ANILLOS



PULSERAS



ARETES



EXCLUSIVOS



Universidad del
Rosario

KIT DE LIMPIEZA



ORGANIZADOR DE CADENAS



GORRA NERO COAT

DOLAR NERO
PACK



NERO RUG



GUANTE MIKE TYSON

fantas
NERO

NERO

ECOSISTEMA DIGITAL

INFRAESTRUCTURA

- Computadores
- Datáfonos
- Cámaras
fotográficas
- Equipo de
etiquetado de
productos
- Local
- Bodega
- Televisores
- Cámaras de
seguridad
- Celulares

SERVICIOS

- Venta en internet
- Instagram
- Capcut
- Google drive
- WhatsApp
- Mailing
- Programas de
edición
- QR Bancolombia
- PSE
- Addi
- Mercado Pago
- TikTok

USUARIOS

Internos:

- Asesores comerciales
- Diseñador gráfico
- Fotógrafo
- Community manager
- Diseñador 3D
- Contador
- CEO
- Inversionista

Externos:

- Página web
- Instagram
- Tik Tok
- Punto físico
- Ferias

PLATAFORMA

- Página web

ESTRATEGIAS DE MARKETING

CANALES

Pagina Web, Instagram, Whatsapp, TikTok, mailing, Influenciadores, voz a voz, punto fisico y twitch.

ESTRATEGIAS

Social, Web Site, Email, Conversation Marketing, SEO, Mobile.

CONTENIDOS

Styling, influenciadores, producto, estilo de vida, 3D, experiencia en tienda, expectativa y lanzamientos.

ANALÍTICA

Seguidores Instagram (193k)

Seguidores TikTok (84.5k)

Visualizaciones Pagina Web (mensuales 28.609)

INSTAGRAM:



NERO

@neroconcept

48 Siguiendo 84,6 mil Seguidores 477,2 mil Me gusta

Seguir Mensaje

⚡ JOYERIA DEL FUTURO
 🌐 Worldwide
 🇺🇸 🇨🇴 USA COL

PIDE TU NERO 📌
 🔗 <https://beacons.ai/nero>

NeBros Nero News

NERO

NEROCONCEPT
JOYERÍA DEL FUTURO

📷 🎵 📘 📺 📌

Tienda Online Colombia

International Online Store

WhatsApp

Instagram

TikTok

Spotify



NERO NUEVO ACCESORIOS VER TODO BEST SELLERS EXCLUSIVOS MERCH BLOG SALE

Despachos mismo día Crédito cero interés ADDI ¡Paga contra-entrega!

BEST SELLERS Tienda de BEST SELLERS

 CADENA NERO TWIST GOLD 4mm VISTA RÁPIDA NERO CONCEPT CADENA NERO TWIST GOLD 4MM A partir de \$130.000 ★★★★★	 ANILLO ESSENTIAL GOLD NERO CONCEPT ANILLO ESSENTIAL GOLD \$90.000 ★★★★★	 DIJE CRUZ CIRCONES NERO CONCEPT DIJE CRUZ CIRCONES A partir de \$75.000 Disponible en 2 colores ★★★★★	 CADENA NERO SNAKE GOLD 4MM NERO CONCEPT CADENA NERO SNAKE GOLD 4MM \$170.000 ★★★★★
--	---	--	--

¡Hola Nebro aquí estamos para ayudarte!

Tienda Online: NEROCONCEPT

Tienda Física:
NERO HOUSE
Calle 84A#12a-88 - BOGOTÁ

Pagina Web:

<https://www.neroconcept.com>



RED NEURONAL



INPUT LAYER

Nero Concept es una empresa colombiana líder en la venta de accesorios masculinos, especializada en joyería y moda streetwear. Fundada hace más de nueve años, la compañía ha ganado prestigio tanto a nivel nacional como internacional. Nero Concept distribuye sus productos en más de 400 municipios de Colombia y en más de 30 países.

DISTINCIÓN DE MARCA

Ofrece piezas exclusivas que se destacan por su originalidad.

DISEÑOS UNICOS

Sus productos superan en diez veces los estándares promedio del mercado, garantizando durabilidad y excelencia.

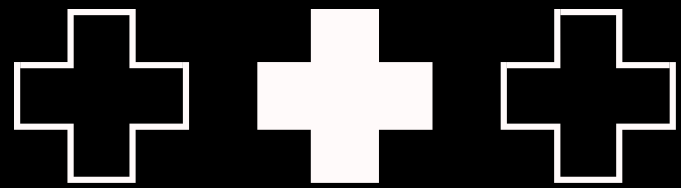
ALTA CALIDAD

Nero Concept incorpora nuevas tecnologías y técnicas en sus colecciones, lo que ha sido reconocido como un enfoque innovador en el diseño de joyería.

INNOVACIÓN

La empresa utiliza inteligencia artificial para desarrollar campañas publicitarias que han atraído atención mediática.

PUBLICIDAD AVANZADA



HIDDEN LAYER

Nero Concept posee un notable potencial para expandirse y consolidarse como una marca líder en el segmento de la joyería masculina a nivel global. Su enfoque en la calidad, la innovación en diseño y el uso de tecnologías avanzadas, como la inteligencia artificial en sus campañas publicitarias, le otorgan una ventaja competitiva significativa. De cara al futuro, la marca podría consolidar su posición en el mercado mediante la ampliación de su línea de productos y la diversificación en nuevos segmentos de mercado.



Colaboraciones Estratégicas:

Asociarse con diseñadores de moda reconocidos, celebridades o influencers permitiría a Nero Concept alcanzar una audiencia más amplia y fortalecer su imagen como una marca premium y vanguardista.

Sostenibilidad:

Invertir en prácticas sostenibles y en la creación de productos ecológicos podría atraer a una base de clientes más consciente y posicionar a Nero Concept como una marca responsable, un atributo cada vez más valorado en la industria de la moda.



Innovación y Personalización:

Al seguir explorando la inteligencia artificial y otras tecnologías, Nero Concept podría desarrollar productos más personalizados y ofrecer experiencias de compra únicas. Esto incluye la creación de accesorios a medida y recomendaciones personalizadas basadas en los gustos y preferencias de los clientes.



Expandir su Presencia Internacional:

Con una base ya establecida en más de 30 países, Nero Concept tiene la oportunidad de ampliar su mercado en regiones clave como Europa, Asia y América del Norte, donde la demanda por accesorios de moda exclusivos continúa en aumento.



RED NEURONAL

Input Layers

- Trayectoria
 - Distribución Nacional e Internacional
- Campañas IA
 - Exclusividad en Productos

Hidden Layers

- Ampliar su reconocimiento
 - Expandir la presencia internacional.
- Colaboraciones Estratégicas
 - Innovación y personalización

Output Layers

- Mayor presencia en puntos físicos y en eventos.
- Expandir presencia en medios Ej: Amazon.
- Compañías con marcas reconocidas
- Nuevos materiales y personalizaciones.

El objetivo del proyecto integrador es diseñar un plan de marketing que cumpla con los siguientes puntos:

NECESIDAD PUNTUAL

La compañía se encuentra en un momento crucial de su desarrollo, enfrentando la necesidad de fortalecer su visibilidad y posicionamiento en un mercado altamente competitivo. Para lograrlo, es fundamental implementar un plan de marketing integral que no solo potencie la presencia de la marca en puntos de venta físicos y eventos, sino que también expanda su alcance en medios digitales y tradicionales.

En la actualidad, la marca enfrenta desafíos en términos de reconocimiento y diferenciación frente a competidores que cuentan con estrategias de marketing bien establecidas. La falta de una presencia uniforme y destacada en diversos canales limita el impacto de nuestras acciones promocionales y reduce el potencial de captación de nuevos clientes. Además, la colaboración con marcas reconocidas y la creación de materiales promocionales innovadores son áreas que requieren una atención renovada para generar un mayor interés y conexión con nuestro público objetivo.

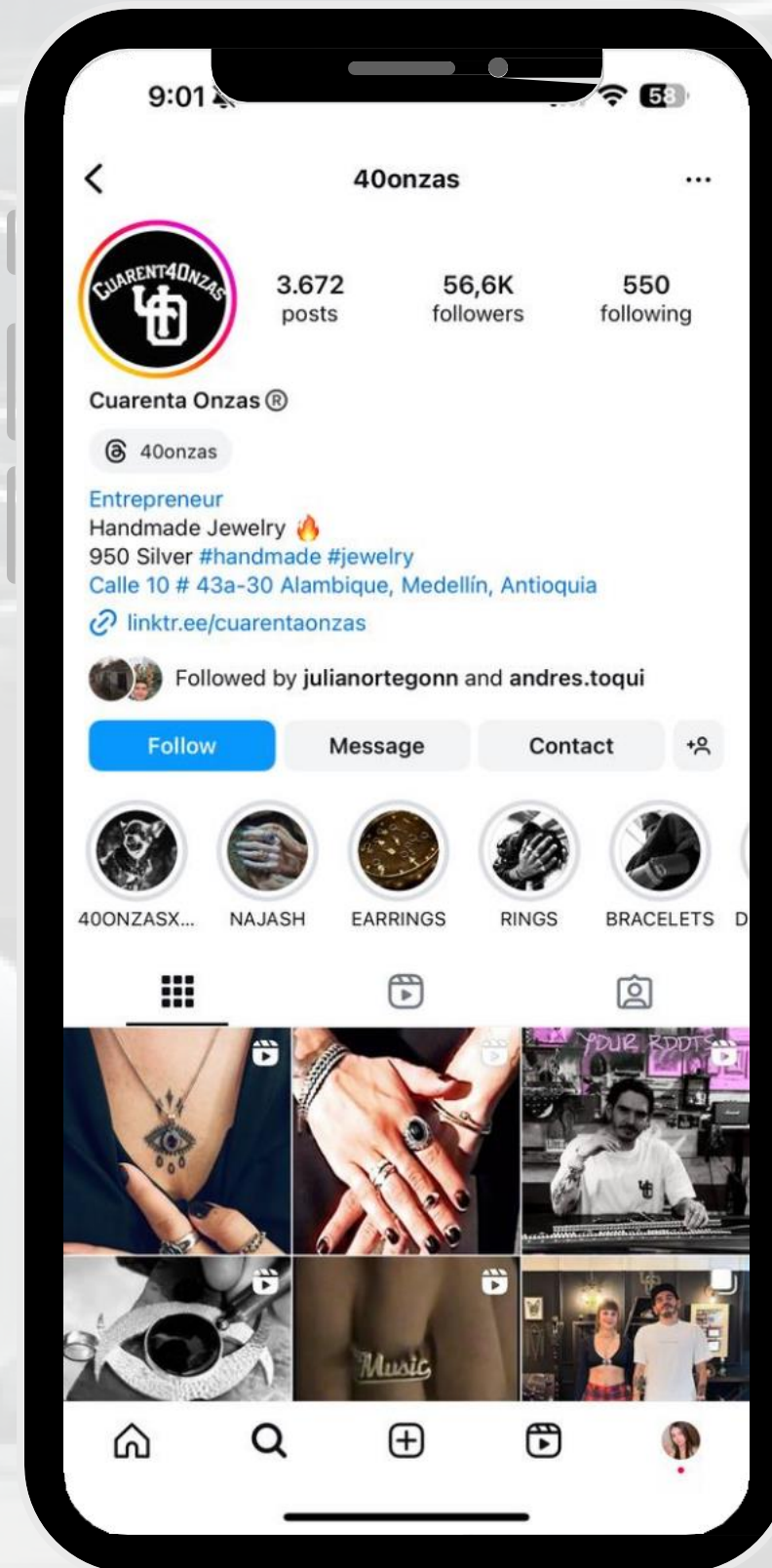


¡Marketing Integral!

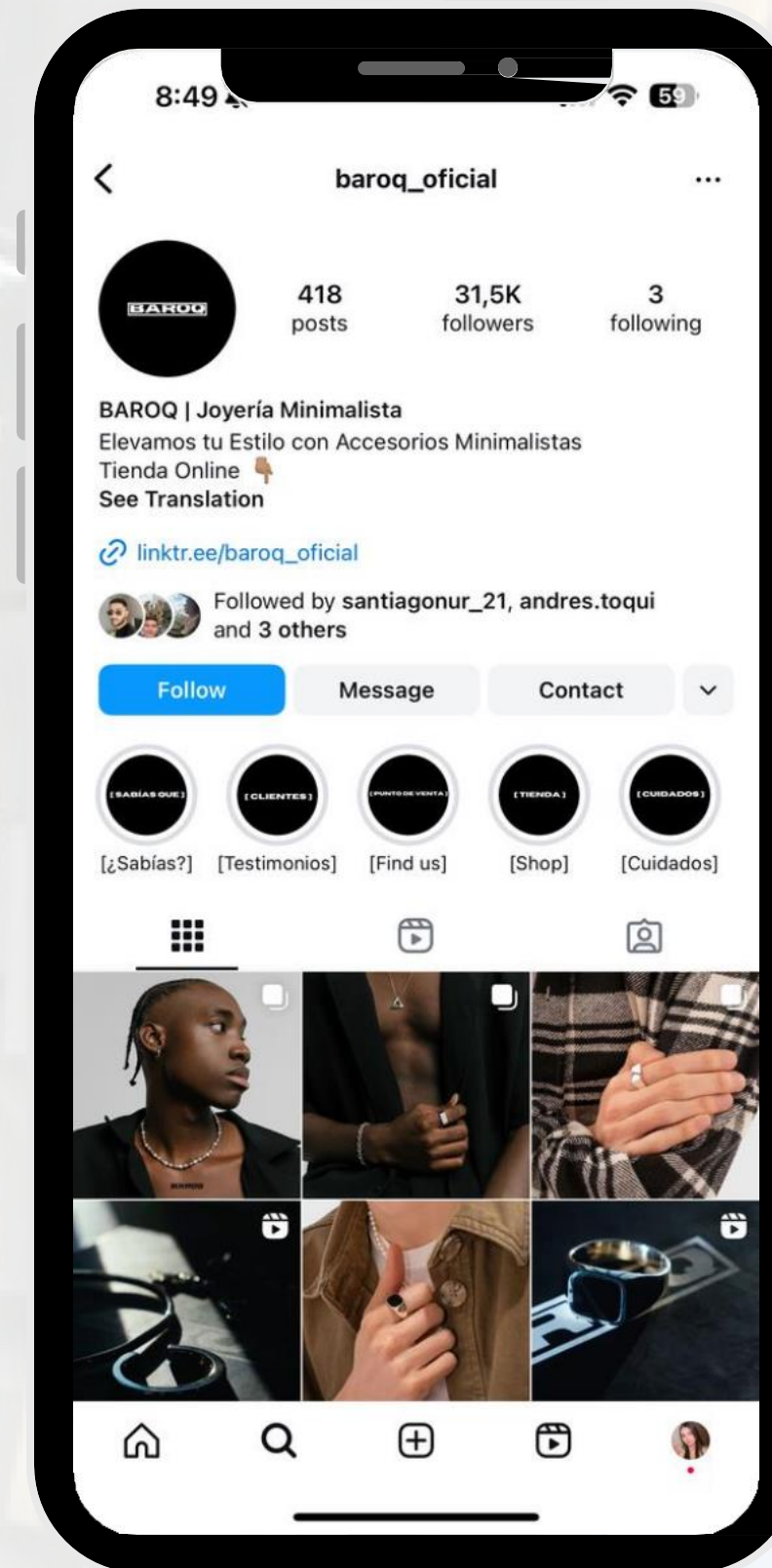
COMPETENCIA DE LA MARCA



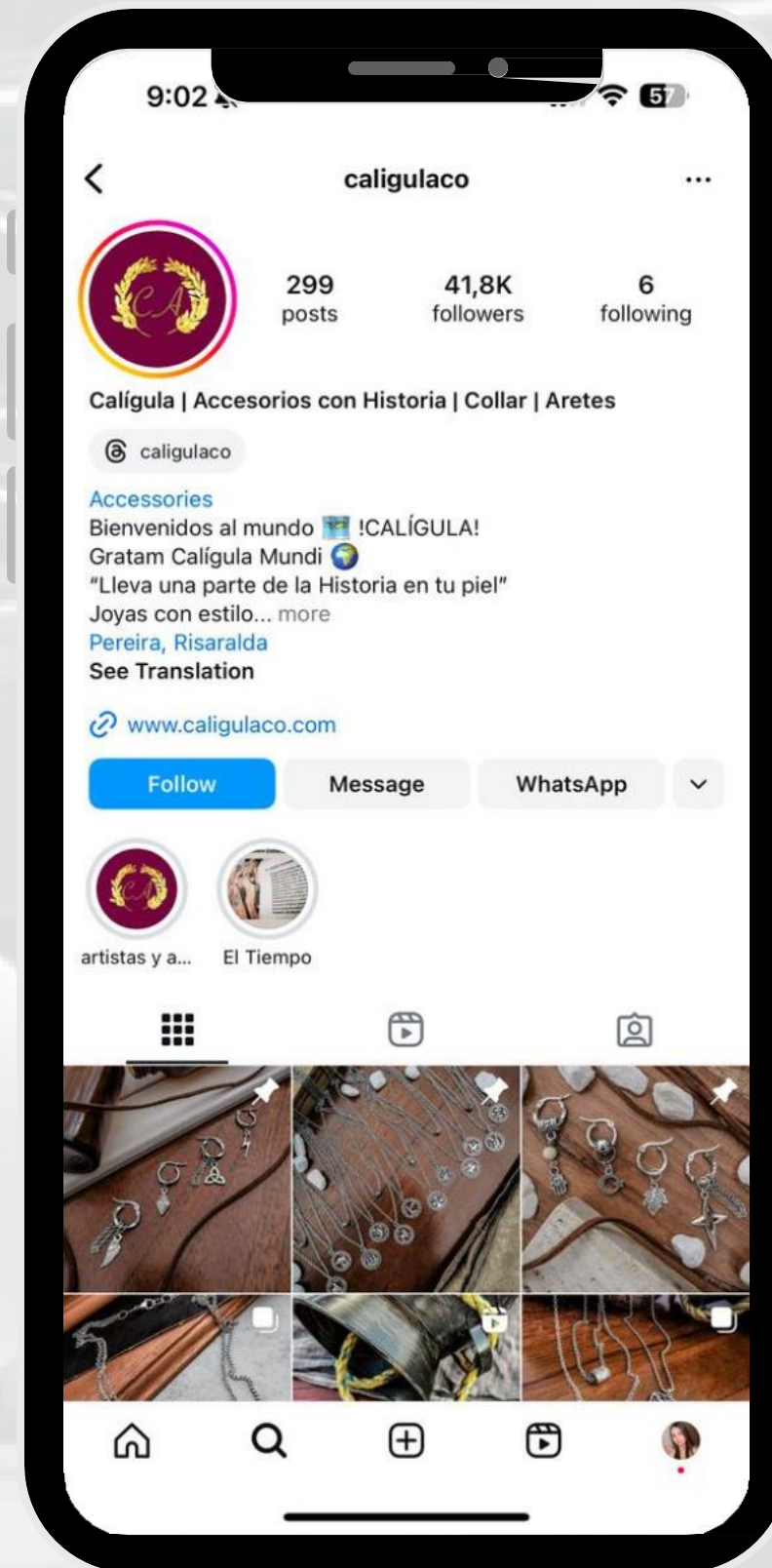
1. Cuarenta Onzas



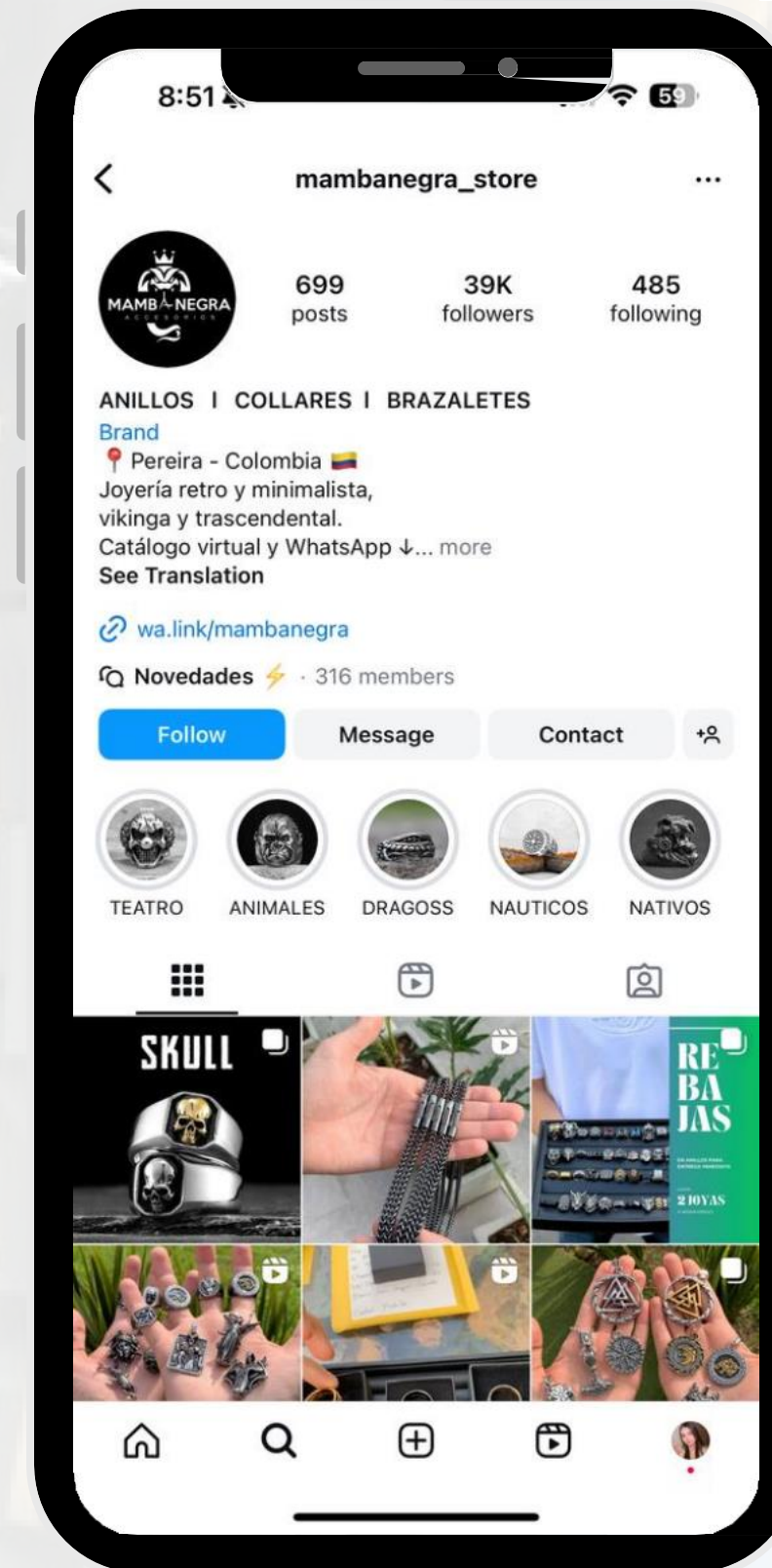
2. BAROQ



3. Calígula



4. Mamba Negra





SISTEMA DE MARKETING DIGITAL

LA JOYERIA DEL FUTURO



	ANTES	DESPUÉS
TIENE	<ul style="list-style-type: none"> • Hombres que desconocen los beneficios de usar accesorios. • Accesorios limitados para combinar o crear diferentes outfits o estilos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hombres que conocieron la marca Nero y ahora visten con nuevos estilos llevados a las tendencias. • Productos de calidad que no conocían y necesitaban.
SIENTE	<p>Decepción y frustración respecto a lo que han encontrado en el mercado, necesidad de encontrar exclusividad y un cambio, deseo de autenticidad, buscan productos que reflejen su personalidad.</p>	<p>Satisfacción, tranquilidad, confianza, orgullo y lealtad al recibir un producto alineado a sus estándares y expectativas.</p>

¿CÓMO VERIFICAR NERO?

CRM

Almacenar información sobre clientes y leads, como nombres, correos electrónicos, números de teléfono y antecedentes de compras.

E-MAIL

Automatizaciones para dar la bienvenida a nuevos suscriptores, enviar recordatorios de carrito abandonado, o seguir con los clientes después de una compra.

CONVERSATION MARKETING

Respuestas inmediatas a las preguntas de los clientes, mejorando la experiencia y reduciendo la frustración.
Implementar campañas que fomenten la interacción, como encuestas, preguntas abiertas y concursos.

WEBSITE

Optimización técnica

Landing pages

Google Analytics

¿COMO VERIFICAR nERO?

SOCIAL

Plataformas múltiples como Tiktok, Instagram y Facebook.

Campañas de hashtag

Concursos y sorteos

Patrocinar diferentes personajes para que usen nuestros accesorios

SEO

Automatizaciones para dar la bienvenida a nuevos suscriptores, enviar recordatorios de carrito abandonado, o seguir con los clientes después de una compra.



TRAFIC

ADICTOS ANTES Y DESPUÉS



COCAÍNA

ALCOHOL



CRACK

NERO

Cambia tu estilo, usa NERO

 **COMPRAR**

EXPLORA LA GUÍA DE REGALOS NERO



NERO MILITAR + PLACA



N



OFERTA IRRESISTIBLE

Realizar campañas de E-Mail Marketing con ventas flash por tiempo limitado con un componente atractivo que resalta la escasez temporal y hacen que la oferta sea única y especial, e incentive una compra rápida.

Esto se podría realizar en eventos fechas especiales o por ser el día del cumpleaños del cliente y darles una atención especial.

30



EN EL MES DE LA AMISTAD
LE CELEBRAMOS A NUESTRA GENTE, A NUESTROS NEBROS



POR ESO, TENEMOS

ENVÍOS GRATIS

EN TODO EL CATÁLOGO DE **NERO**

¡NEBRO, APROVECHA!


EL ENVÍO GRATIS VA DESDE EL 13 AL 17 DE SEPTIEMBRE
Recibe en 1-3 días tu **NERO** en Bogotá, Medellín y Barranquilla
+5 días otros destinos



OFERTA CENTRAL



NERO CONCEPT
CADENA NERO GOLD 3MM
A partir de \$140.000
★★★★★



NERO CONCEPT
CADENA NERO GOLD 3MM
A partir de ~~\$140.000~~ **\$139.999**
★★★★★

Implementar la psicología del precio, dejando de usar montos exactos sino usar estrategia de Charm Pricing para que parezca que los precios son más bajos.



ESTRATEGIA CREATIVA



Objetivo de mercado

Resaltando los beneficios de la marca para soportar nuestro slogan: "La joyería del futuro"



Objetivo de comunicación

La joyería del futuro



Promesa básica

Nero, eleva tu estilo



Reason why

Exclusividad en diseño y beneficios del material "Oro 18K"



Posicionamiento

Diseños exclusivos para hombres únicos

MAXIMIZADOR



Descuentos Especiales

Proporcionamos descuentos exclusivos a clientes que hayan comprado anteriormente, incentivando la recompra.



Venta de Tarjetas de Regalo

Ofrecemos tarjetas de regalo como opción para que los clientes las compren para amigos o familiares, aumentando las oportunidades de compra futura.



Sugerencias en el Carrito

Durante el proceso de compra, se muestra accesorios complementarios que el cliente podría considerar antes de finalizar la compra, con el fin de aumentar el gasto total del cliente.

01

02

03

fidelización



Asesoría Personalizada

Ofrecemos un servicio de asesoría de estilo en línea gratuito, donde los clientes pueden recibir recomendaciones personalizadas sobre cómo combinar los accesorios, lo que mejora la satisfacción de los clientes y conexión más cercana con la marca.



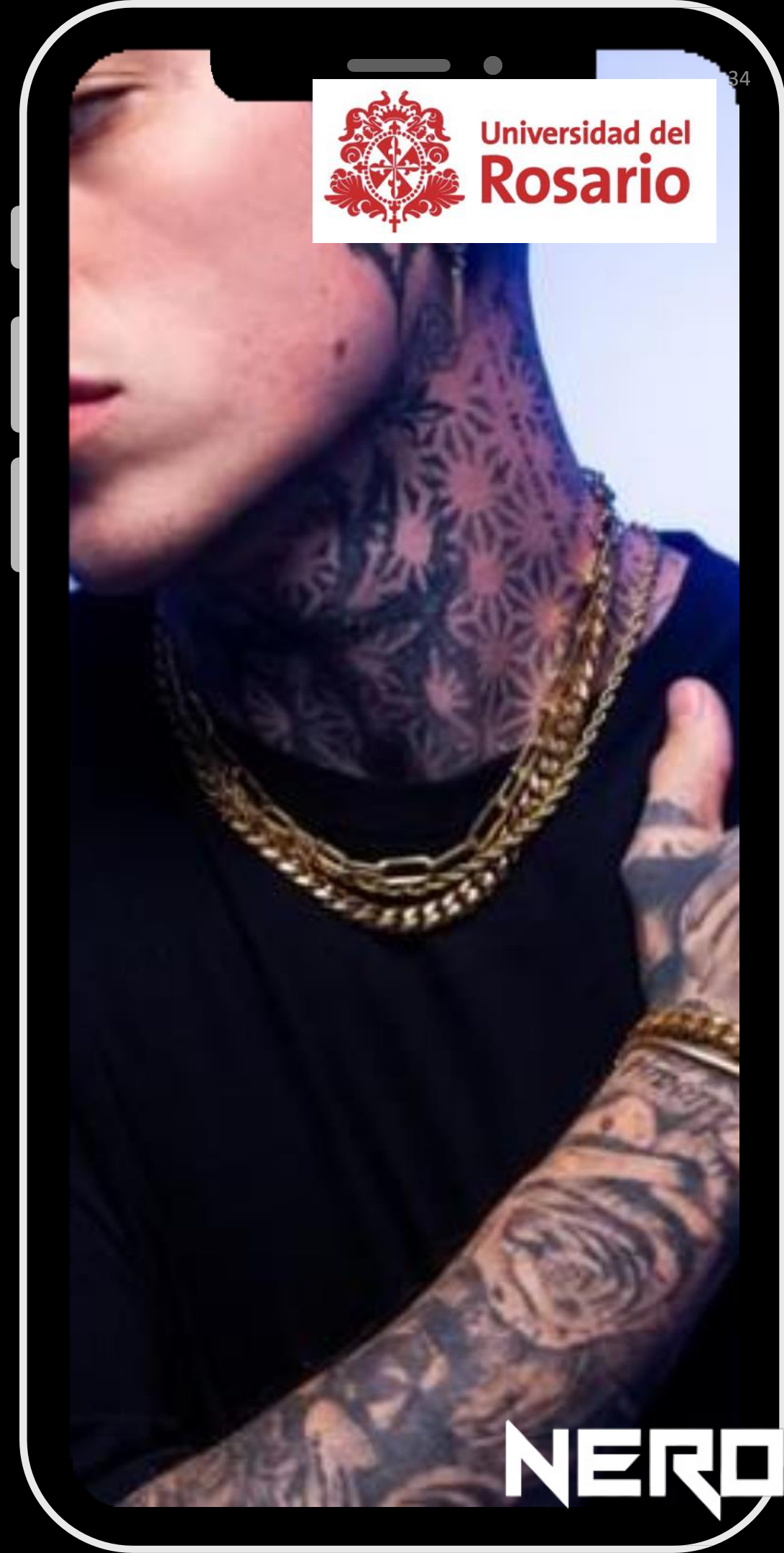
Acceso a Contenido Especial

Ofrecemos acceso a reels, guías o tutoriales exclusivos sobre el uso y combinación de los accesorios, reforzando el valor de la marca, ya que enriquece la experiencia del cliente incrementando su lealtad.



Feedback Activo

Se realizan encuestas de satisfacción después de la compra para entender las necesidades del cliente. Las respuestas positivas son utilizadas como testimonios, lo que promueve la marca y atrae nuevos clientes.





BITACORA DEL PROYECTO

MODELO LEAN CANVAS



PROBLEMA

- Falta de opciones de joyería asequibles y de calidad para hombres.
- Experiencias de compra insatisfactorias en otros comercios, como largas esperas y mala atención al cliente.
- Dificultad para encontrar joyas personalizadas que reflejen el estilo individual.



SOLUCIÓN

- Ofrecer joyería de alta calidad a precios competitivos.
- Personalización en la experiencia de compra, incluyendo diseño a medida y opciones de grabado.
- Proceso ágil de envío y entrega, con un buen sistema de atención al cliente y políticas claras de devolución.



MÉTRICAS CLAVES

- Tasa de conversión de visitantes a compradores.
- Número de ventas por mes.
- Satisfacción del cliente medida a través de reseñas y encuestas.
- Tiempos de envío y devolución.



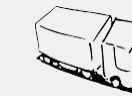
PROPUESTA ÚNICA DE VALOR

Nero Concept ofrece joyería masculina de alta calidad y a bajo costo, con un enfoque en la personalización y un servicio al cliente excepcional, garantizando una experiencia de compra ágil y satisfactoria.



VENTAJA COMPETITIVA INJUSTA

Una comunidad de seguidores leales y una marca bien posicionada en redes sociales. Calidad en el diseño y la producción, lo que permite mantener precios competitivos. Agilidad en el servicio, que incluye entregas rápidas y un proceso de devolución fácil.



CANALES

- Instagram (tienda y publicidad).
- Página web (tienda online).
- Punto físico en Bogotá.
- Eventos y ferias de moda.



SEGMENTOS DE CLIENTES

- Hombres jóvenes de 18 a 35 años que buscan accesorios de moda.
- Clientes que buscan regalos personalizados para ocasiones especiales.
- Hombres que valoran la calidad y el diseño a precios accesibles.



ESTRUCTURA DE COSTOS

- Costos de producción de la joyería.
- Gastos de marketing y publicidad.
- Costos operativos del punto físico y la tienda online.
- Costos de envío y logística.
- Costos de personal y atención al cliente.



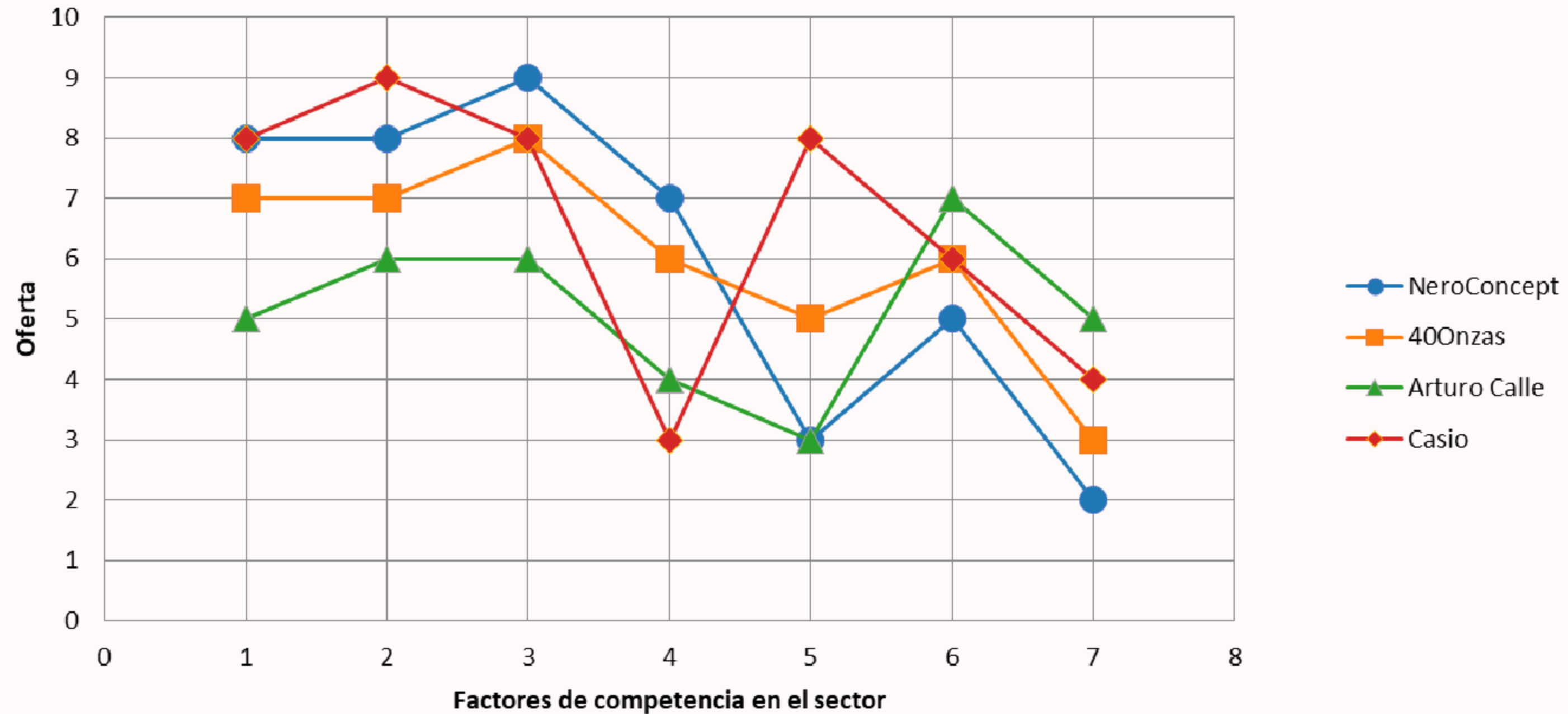
FLUJO DE INGRESOS

- Ventas directas en la tienda física.
- Ventas en línea a través de la página web y redes sociales.
- Servicios de personalización y diseño a medida.
- Ventas internacionales.

VALUE INNOVATION CURVE DATA

	Compañía por comparar	Competencia Directa	Competencia indirecta	Sustituto
Factores de competencia en el sector Compañía	NeroConcept	400onzas	Arturo Calle	Casio
Sistema de medición de autenticidad	8	7	5	8
Garantía posventa	8	7	6	9
Resistencia al agua y al sudor	9	8	6	8
Diseños personalizados	7	6	4	3
Incorporación de tecnología a la joyería	3	5	3	8
Diseños minimalistas	5	6	7	6
Joyería y materiales sostenibles	2	3	5	4

VALUE INNOVATION CURVE GRÁFICA





ANALYSIS VALUE INNOVATION CURVE

NeroConcept

Presenta cambios notables, con una reducción en el enfoque hacia los diseños personalizados (7) y minimalistas (5) en comparación con datos previos. Además, su puntuación baja en tecnología en joyería (3) y materiales sostenibles (2) sugiere que NeroConcept prioriza menos la innovación y la sostenibilidad.

Competencia Directa (400onzas)

sigue siendo competitiva en aspectos como resistencia al agua y al sudor (8) y diseños minimalistas (6), pero sobresale en incorporación de tecnología (5) frente a NeroConcept (3), lo que indica que 400onzas podría estar mejorando en términos de adoptar tecnologías dentro de su línea de joyería.

Competencia Indirecta (Arturo Calle)

Mantiene bajas puntuaciones en diseños personalizados (4) y tecnología (3), pero supera a NeroConcept en minimalismo (7), sugiriendo que Arturo Calle ofrece un diseño más contemporáneo, aunque con menor enfoque en personalización y tecnología.

Sustitutos (Casio)

Destaca en tecnología (8) y resistencia al agua (8), siendo una opción funcional. Sin embargo, es débil en personalización (3) y sostenibilidad.

RECOMENDATION VALUE INNOVATION CURVE

02. 40ONZAS

Tiene ventaja en tecnología (5) frente a NeroConcept y ofrece un rendimiento equilibrado, aunque es débil en personalización (6).

03. ARTURO CALLE

Sobresale en diseños minimalistas (7), pero es limitado en personalización (4) y tecnología (3).

NeroConcept podría mejorar al enfocarse más en la incorporación de tecnología (ya que Casio y 40Onzas lo superan en este aspecto) y en aumentar su enfoque en diseños minimalistas y sostenibilidad, dado que estas son áreas donde sus competidores tienen fortalezas.

01. NEROCONCEPT

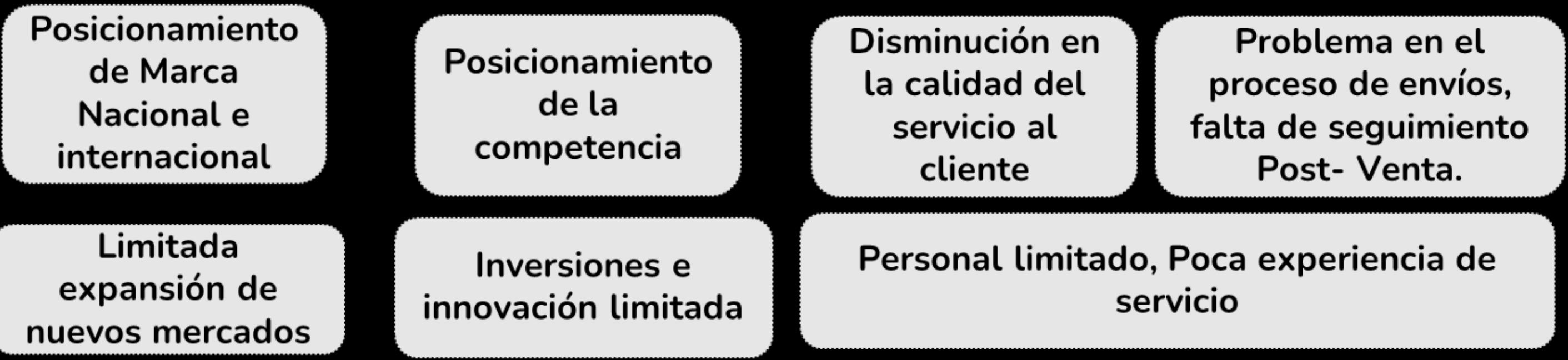
Destaca en resistencia al agua y sudor (9), pero debe mejorar en tecnología (3) y sostenibilidad (2).

04. CASIO

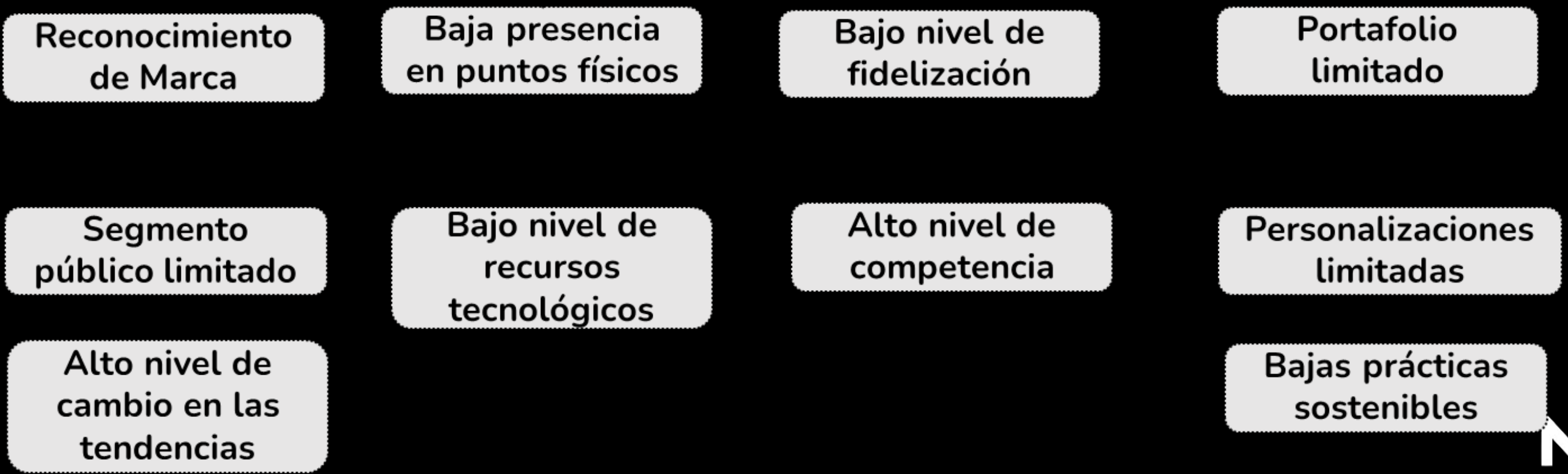
Es fuerte en tecnología (8) y resistencia (8), pero carece de personalización (3) y sostenibilidad (4).

ÁRBOL DE PROBLEMAS

Quedarse Atrás de la competencia



Limitado flujo de cada que reduce la capacidad de crecimiento



Propuesta de Valor

Transformamos tu estilo personal con joyas diseñadas para complementar perfectamente cualquier look. Nuestra marca entiende que muchas veces es difícil encontrar accesorios que realmente reflejen tu esencia, por eso creamos piezas exclusivas que no solo embellecen, sino que expresan tu autenticidad y elevan tu confianza en cada ocasión

Segmento

42

Hombres entre 18 y 35 años

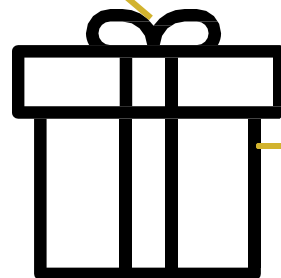
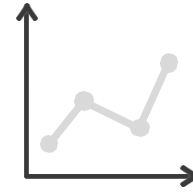


Productos y servicios

- Joyas masculinas diseñadas para complementar cualquier estilo personal (pulseras, cadenas, anillos).
- Asesoría personalizada sobre cómo combinar joyas según el estilo y la ocasión.
- Piezas exclusivas y personalizables, hechas con materiales de alta calidad.

Creadores de alegrías

- Las joyas permiten a los hombres destacar y expresar su autenticidad en su vida diaria o en eventos especiales.
- Ofrecen un accesorio que eleva la confianza personal y la imagen en entornos sociales o laborales.
- Piezas que conectan con su identidad personal, creando un sentido de pertenencia y estilo propio.



Aliviadores de frustraciones

- Facilitan la elección de accesorios a través de guías y recomendaciones de estilo, eliminando la inseguridad sobre cómo llevarlos.
- Diseños pensados para evitar que los hombres sientan que las joyas son demasiado femeninas o exageradas.
- Variedad de estilos que permiten usar las piezas tanto en el día a día como en ocasiones especiales, haciendo el accesorio más versátil.



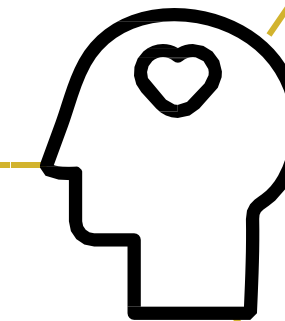
Alegrías

- Quieren reflejar su estilo personal y sentirse más seguros a través de los accesorios.
- Buscan joyas que sean masculinas, elegantes y que puedan usar en diferentes contextos, tanto formales como casuales.
- Desean piezas que resalten su individualidad y mejoren su imagen.



Frustraciones

- Preocupación de que los accesorios se vean fuera de lugar o no reflejen una imagen masculina.
- Dificultad para identificar qué joyas son apropiadas para cada situación, ya sea formal o casual.
- Inseguridad a que los accesorios sean percibidos como demasiado femeninos o extravagantes.



Trabajos del cliente

- Resolver la falta de conocimiento sobre qué tipo de joyas usar sin comprometer su masculinidad.
- Encontrar accesorios que complementen su estilo personal sin parecer "fuera de lugar" o exagerado.
- Integrar joyas como parte de su estilo diario, sintiéndose cómodos y auténticos al usarlas.



PROPUESTA VALOR

SEGMENTOS DE CLIENTES

NERO



Propuesta de Valor

Transformamos tu estilo personal con joyas diseñadas para complementar perfectamente cualquier look.

Nuestra marca entiende que muchas veces es difícil encontrar accesorios que realmente reflejen tu esencia, por eso creamos piezas exclusivas que no solo embellecen, sino que expresan tu autenticidad y elevan tu confianza en cada ocasión."

Propuesta de Valor Iterada

Recomendamos que la compañía se enfoque en transformar el estilo personal a través de joyas diseñadas para complementar cualquier look. Al crear piezas exclusivas que reflejen la individualidad y fortalezcan la seguridad de los usuarios, la marca podría diferenciarse en un mercado competitivo. Además, implementar guías de estilo y opciones versátiles ayudaría a los clientes a descubrir cómo nuestras joyas pueden elevar su confianza y permitirles ser auténticos en cada ocasión.



ESTRUCTURA DE LA GESTIÓN AL CLIENTE

CANALES DE ATENCIÓN



Offline

- Asesor comercial.
- En la tienda física hay un código QR por medio del cual el cliente realiza una encuesta de satisfacción de la atención recibida y del proceso de compra.



Online

- Correo electrónico: Se encuentra la información en la página web.
- WhatsApp: Canal abierto por medio de la página.
- Instagram: Envío de mensajes al DM.
- Newsletter: Mail marketing.
- Tik Tok: Interactúan con seguidores.



PERFIL DEL CLIENTE NERO

TRABAJOS DEL CLIENTE



- **Sociales:** El cliente busca destacar con accesorios únicos que reflejen su estilo urbano, proyectando exclusividad y tendencia, especialmente en redes sociales.
- **Personales/Emocionales:** Desea expresar autenticidad, creatividad y seguridad a través de su estilo, conectándose emocionalmente con la marca.
- **Apoyo:** Valora opciones variadas, asesoría personalizada y un servicio postventa confiable para garantizar su satisfacción y tranquilidad.

FRUSTRACIONES DEL CLIENTE

- **Funcionales:** Los clientes de Nero se frustran cuando los accesorios no cumplen con los estándares de calidad, presentando desgaste o roturas rápidas que afectan su funcionalidad y apariencia.
- **Obstáculos:** La ubicación única de Nero en Bogotá (Zona T) limita el alcance a clientes que prefieren una experiencia de compra física.
- **Riesgos:** Al comprar en línea, los clientes temen que el accesorio no cumpla con sus expectativas en calidad, apariencia o adaptación a su estilo, generando insatisfacción.



ALEGRÍAS DEL CLIENTE

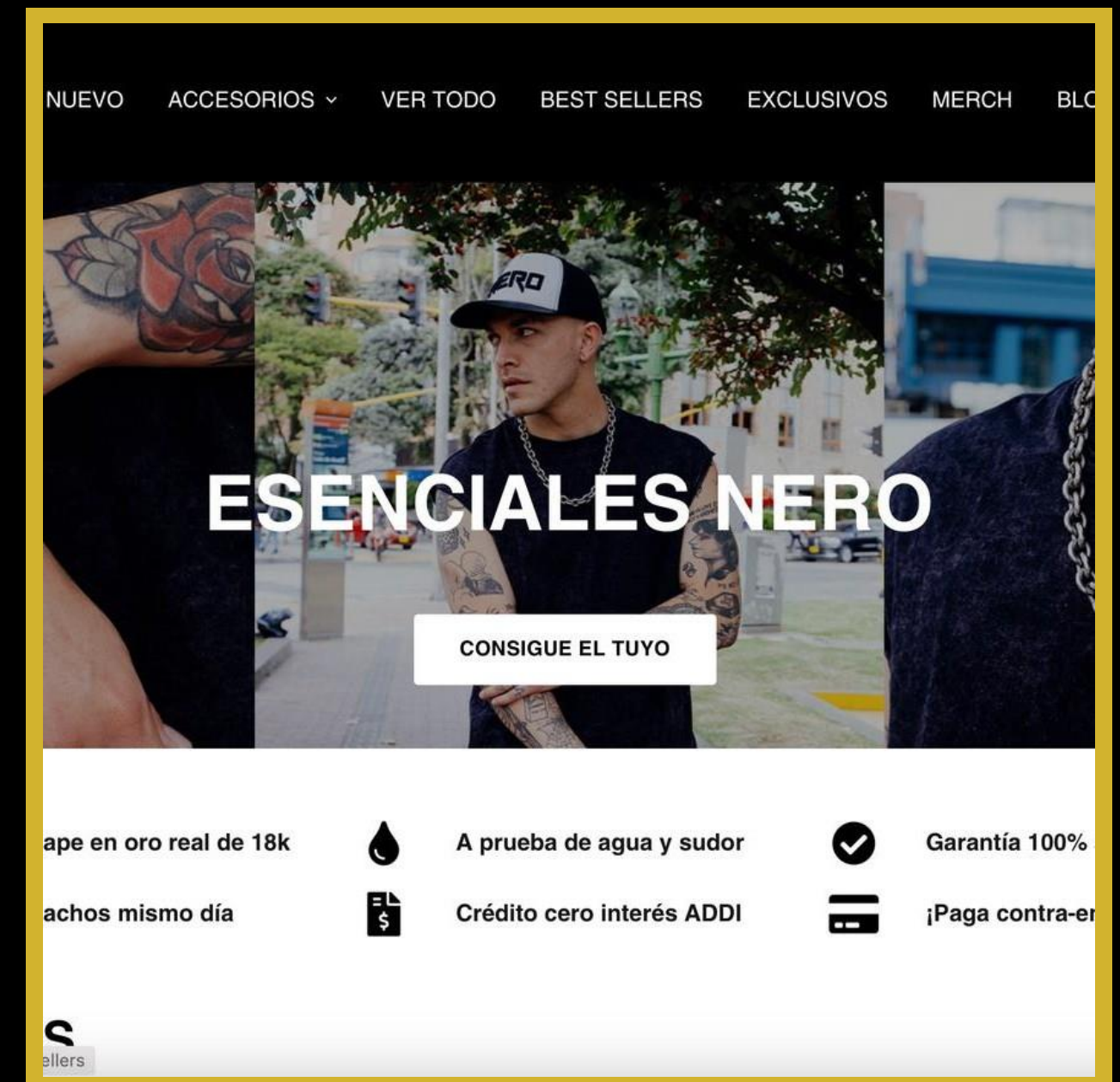


- **Sociales:** El cliente busca destacar con accesorios
- **Necesarias:** Los accesorios deben ser resistentes y cumplir con los estándares de calidad y durabilidad prometidos.
- **Esperadas:** Diseños atractivos que reflejen estilo y modernidad, complementando el look urbano del cliente.
- **Deseadas:** Accesorios exclusivos, como ediciones limitadas o detalles únicos, que transmitan un sentido de exclusividad.
- **Inesperadas:** Detalles personalizados, como empaques únicos o mensajes de agradecimiento, que refuercen la conexión con el cliente.

GESTIÓN DE PLATAFORMAS

MODELO DE OMNICANALIDAD:

- **Integración de canales:** Tienda en línea, redes sociales y más, sincronizados para ofrecer una experiencia consistente y personalizada.
- **Beneficios:** Seguimiento continuo de interacciones y experiencia fluida para consumidores exigentes del estilo streetwear.
- **Propuesta tecnológica:** Zendesk como solución integrada para gestionar consultas en múltiples canales (chat, redes sociales, email, etc.).



MODELOS DE ATENCIÓN

Modelo Presencial



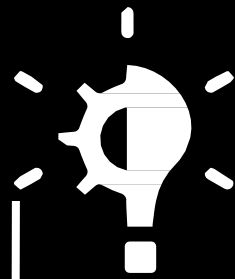
Contamos con un punto físico, lo cual nos permite tener interacción directa con nuestros clientes, mejorando la comunicación y también nos permite ofrecerles experiencia sensorial para que vean los productos en persona, lo cual influirá positivamente en su decisión de compra y reduce la incertidumbre.

Modelo proactivo



Nos sirve para anticipar las necesidades y problemas de los clientes antes de que ellos mismos los expresen, buscamos identificar patrones y actuar de antemano para ofrecer soluciones, prevenir problemas y mejorar la experiencia del cliente mediante: Monitoreo y analisis de datos, asesoria en las joyas basadas en el perfil del cliente, notificaciones y recordatorios.

NIVELES DE SOPORTE



NIVEL 1: SOPORTE DE PRIMER NIVEL (INCIDENCIAS BÁSICAS)

Responsable

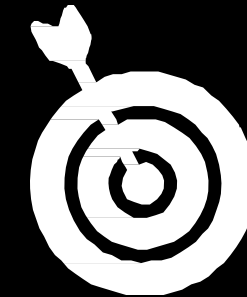
Equipo de Atención al Cliente

Alcance

Resolución de incidencias de carácter general o básico que experimentan los clientes.
Identificación y categorización del problema para determinar si puede ser resuelto en este nivel o debe ser escalado a niveles superiores.
Las incidencias en este nivel suelen estar relacionadas con problemas de uso básico o preguntas frecuentes

Objetivo

Proveer una primera línea de atención rápida y eficiente, minimizando el tiempo de resolución de problemas sencillos y mejorando la experiencia del cliente.



NIVEL 2: SOPORTE TÉCNICO ESPECIALIZADO

Soporte Técnico Especializado

Resolución de problemas técnicos que requieren conocimientos más avanzados sobre sistemas, software o bases de datos.
Gestión y seguimiento de tickets técnicos para asegurar un manejo adecuado y seguimiento de las incidencias más complejas.
Soporte técnico relacionado con configuraciones de software, accesos, y fallas que no puedan ser resueltas en el nivel 1.

Asegurar que los problemas técnicos con mayor complejidad sean gestionados de manera eficiente, garantizando una continuidad operativa y satisfacción del cliente.

NIVELES DE SOPORTE



NIVEL 3: SOPORTE TÉCNICO de Resolución Avanzada

Responsabl
e
Alcance

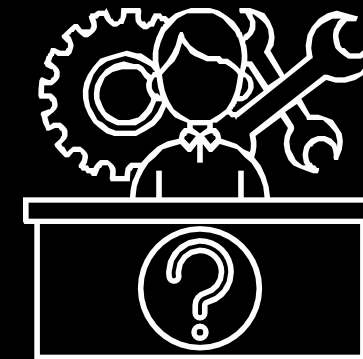
Soporte Técnico de Resolución Avanzada

Resolución de problemas técnicos avanzados que requieren una mayor especialización y conocimiento profundo de los sistemas y procesos. Investigación y análisis de problemas nuevos o desconocidos, así como la gestión de requerimientos no documentados.

Asistencia en la creación de soluciones innovadoras para incidencias técnicas complejas.

Objetivo

Proveer una solución avanzada y de alto nivel para problemas críticos que no pueden ser resueltos en niveles anteriores, asegurando que los sistemas funcionen de manera óptima.



NIVEL 4 Y NIVEL 5: SOPORTE ESPECIALIZADO EN INFRAESTRUCTURA DE SISTEMAS Y SERVIDORES

Proveedores Externos y Especialistas en Infraestructura

- Atención a problemas críticos de infraestructura, como servidores, redes y hardware.
- Resolución de incidencias que requieran intervención técnica presencial o acciones específicas en áreas de sistemas, servidores o seguridad.
- Colaboración directa con proveedores externos para la gestión de hardware y soluciones de soporte avanzado.

Garantizar la estabilidad y continuidad de los servicios de infraestructura, asegurando que los entornos críticos de sistemas operen sin interrupciones.

PROCESO DE RADICACIÓN DIGITAL DE PQRS EN NERO CONCEPT

Proceso de Radicación Digital de PQRS

El proceso de radicación digital de PQRS en Neroconcept sigue una estructura clara para asegurar la correcta recepción y tratamiento de cada solicitud:

Selección de la Tipología (P, Q, R o S)

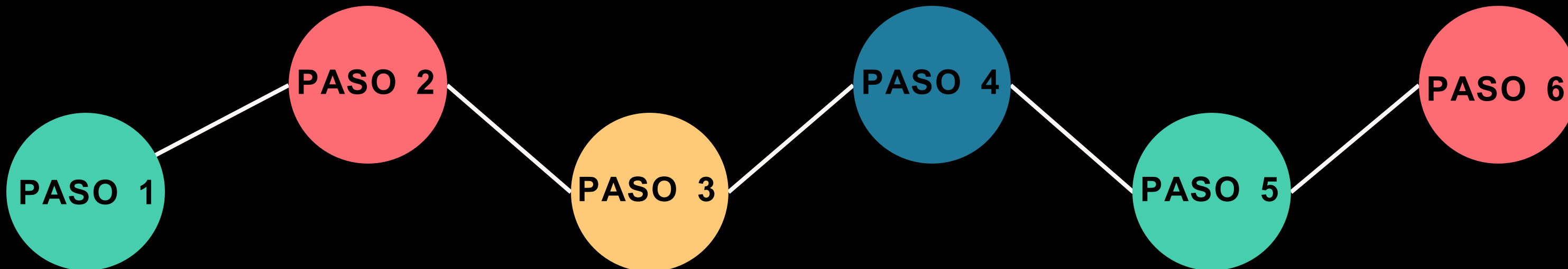
El sistema solicitará al cliente seleccionar el tipo de solicitud que desea realizar. En este punto, se ofrece una breve descripción de cada tipología (Petición, Queja, Reclamo, Sugerencia) para que el usuario pueda identificar correctamente la naturaleza de su solicitud.

Confirmación y Radicación

Una vez completado el formulario, el sistema generará un número único de radicación que el cliente recibirá por correo electrónico. Este número servirá para el seguimiento del estado de su solicitud.

Cierre de la Solicitud

Una vez se haya dado respuesta a la solicitud, el cliente recibirá una notificación final con la resolución de su caso. En caso de reclamos o quejas, se pedirá al cliente confirmar su satisfacción con la respuesta recibida para cerrar el caso de manera definitiva.



Acceso a la Plataforma

Los clientes pueden acceder a nuestro sistema de radicación de PQRS a través de la página web oficial de Neroconcept o mediante un formulario en línea en la sección de atención al cliente. Este acceso es intuitivo y disponible 24/7, garantizando la accesibilidad en todo momento.

Diligenciamiento del Formulario

El cliente deberá llenar un formulario digital con los siguientes datos:

Datos de contacto: nombre, correo electrónico, teléfono. (se le solicitará el Habeas data)

Detalle de la solicitud: una descripción clara, puntual y específica del motivo de la PQRS.

Adjuntos opcionales: en caso de ser necesario, el cliente podrá adjuntar imágenes, capturas de pantalla o documentos que respalden su solicitud en formatos predeterminados por Neroconcept.

Gestión Interna y Respuesta

Una vez radicada, la PQRS será enviada al área correspondiente de acuerdo con la tipología seleccionada. Los tiempos de respuesta variarán según la complejidad del caso, pero el cliente será notificado del estado de su solicitud de manera proactiva y en todo momento, hasta que la solicitud sea resuelta.



Petición (P)

Una petición es una solicitud formal de información o de un servicio específico que el cliente espera recibir. Las peticiones pueden incluir, por ejemplo:
Solicitud de información sobre productos.
Solicitud de documentación.
Solicitud de asistencia técnica.

Nuestro Objetivo:

Brindar al cliente una respuesta clara y precisa respecto a la información o servicio solicitado en el menor tiempo posible.

Queja (Q)

Una queja es la manifestación de insatisfacción del cliente debido a una mala atención, deficiencias en el servicio o inconvenientes relacionados con el trato recibido por parte de la empresa o sus representantes.

Nuestro Objetivo:

Investigar y resolver las causas de la insatisfacción, tomando medidas correctivas para mejorar el servicio y evitar futuras quejas similares.

Reclamo (R)

Un reclamo es una solicitud del cliente para corregir problemas con productos o servicios, como defectos, fallos en la entrega, o solicitudes de reembolso o cambio (requiere seguir los estándares de calidad). e calidad).

Nuestro Objetivo:

Proveer una solución efectiva y rápida que satisfaga al cliente, ya sea mediante la reparación, cambio del producto o el reembolso del mismo.

Sugerencia (S)

Una sugerencia es una recomendación o propuesta que el cliente realiza con el fin de mejorar los productos, servicios o procesos de la empresa. Estas pueden abarcar desde cambios en la atención al cliente hasta recomendaciones sobre nuevas líneas de productos o mejoras operativas.

Nuestro Objetivo:

Analizar y, cuando sea posible, implementar las sugerencias que permitan mejorar la experiencia del cliente y optimizar los procesos internos de la empresa.

Gestión y Respuesta de PQRS

El equipo de Neroconcept se compromete a ofrecer un tiempo de respuesta razonable y eficiente para cada tipo de PQRS, de acuerdo con la complejidad de la solicitud. Los tiempos estimados de respuesta son:



Peticiones y sugerencias

2-5 días hábiles.



Quejas y reclamos

7-10 días hábiles, dependiendo de la naturaleza del reclamo y las acciones correctivas que deban tomarse.



Cada PQRS es gestionada de manera personalizada, garantizando un seguimiento continuo y notificaciones en cada etapa del proceso.

MÉTRICAS DEL SERVICIO AL CLIENTE



Universidad del
Rosario

57



PROCESOS DEL JOURNEY

CSAT (Satisfacción del Cliente)

- **Post-compra:** "¿Cómo calificas tu experiencia con nosotros hoy?" (1 = Muy insatisfecho, 5 = Muy satisfecho). **Canales:** Email y WhatsApp después de la compra.
- **Envío:** "¿Qué tan satisfecho estás con el tiempo de entrega de tu pedido?" (1 = Muy insatisfecho, 5 = Muy satisfecho). **Canal:** Email tras recibir el pedido.

CES (Esfuerzo del Cliente)

- **Navegación:** "¿Cuál fue el nivel de dificultad de navegación por la página web?" **Momento:** 30 minutos tras abandonar el carrito.
- **Soporte:** "¿Cuánto esfuerzo tuviste que realizar para resolver tu solicitud de soporte?" **Momento:** Tras realizar una solicitud de garantía.

NPS (Recomendación)

- "En una escala del 0 al 10, ¿qué tan probable es que recomiendes nuestros productos a familiares o amigos?" **Momento:** 1 mes después de la compra.
- "En una escala del 0 al 10, ¿cómo calificas la calidad del producto que acabas de recibir?" **Momento:** 1 mes después de la compra.

SIMULACIÓN DE LA ENCUESTA NPS





En una escala del 0 al 10, ¿qué tan probable es que recomiendes nuestros productos a familiares o amigos?											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RTA	1	1	3	2	3	1	5	17	21	45	52

- **Muestra:** 150 personas
- **Análisis de resultados:** El cálculo NPS en la simulación de encuesta a 150 clientes arrojó como resultado el 54%, lo que nos dice que estamos dentro del rango de muy bien y concluimos que hay buena percepción por parte de los clientes, sin embargo vemos una oportunidad de mejora en cuanto a recomendación de la marca.



ENCUESTAS DE VALORACION VISUAL

TOP 10 CADENAS [Tienda de CADENAS](#)

 AGOTADO			
NERO CONCEPT CADENA NERO SNAKE GOLD 4MM \$170.000 ★★★★★	NERO CONCEPT CADENA NERO TWIST GOLD 4MM A partir de \$130.000 ★★★★★	NERO CONCEPT CADENA NERO GOLD 10MM \$300.000 ★★★★★	NERO CONCEPT CADENA NERO MICRO SNAKE GOLD 1MM A partir de \$100.000 ★★★★★

Tenemos implementado en la página web la opción de calificar los productos, con estas calificaciones se valida la calidad del producto y satisfacción del cliente después de hacer la compra. Siendo 4-5 estrellas satisfecho y 0-3 insatisfecho.

ENCUESTAS DE VALORACION VISUAL



Usando imágenes digitales de caras que representan diferentes emociones o niveles de satisfacción, el encuestado elige la carita que más se asemeja a su experiencia o sentimiento y así obtendremos datos de manera ágil y directa

ASESOR / AUTOSERVICIO

El área de atención al cliente se encargara de responder solicitudes de garantía de los productos, dependiendo del tiempo en que nuestro proveedor ejecute la garantía, se van a usar las siguientes métricas para evaluar la efectividad de nuestros canales:

1

Garantías resueltas: Aspiramos resolver el 90% de las solicitudes de garantías que lleguen en el mismo mes de la solicitud.

2

Tiempo de primera respuesta: Los procesos de garantía serán resueltos entre 8 a 10 días hábiles, según el requerimiento del producto.

3

Tiempo promedio de respuesta: El tiempo de respuesta que le daremos al cliente por medio de nuestros canales de atención oscila entre 30 segundos a 1 minuto, a partir del primer mensaje por parte del cliente.

Preguntas Frecuentes

¿Qué tipo de joyería ofrece Nero Concept?

nos especializamos en joyería masculina “Soñamos con redefinir el concepto de lo que es un accesorio.”, ofreciendo una amplia gama de productos como anillos, pulseras, collares, cadenas, dijes y accesorios

01

¿Se puede personalizar las joyas de Nero Concept?

Sí, ofrecemos servicios de personalización en muchos de nuestros productos. Dentro de las opciones de personalización se puede grabar un mensaje especial, elegir entre diferentes acabados y materiales según su preferencia.

04

¿Qué materiales utilizan para elaborar sus joyas?

Actualmente nos enfocamos con la elaboración de materiales de alta calidad, como acero inoxidable, plata, oro, titanio y piedras preciosas, asegurando principalmente durabilidad y resistencia.

02

¿Dónde está ubicada la tienda Nero Concept?

Está ubicado en la ciudad de Bogotá en la dirección: Calle 84A#12a-88, es una zona con alto tráfico de clientes, cerca de tiendas de moda y cafeterías, garantizando comodidad y conveniencia para todos nuestros visitantes.

05

¿La tienda tiene zona de parqueadero privado para clientes?

Sí, la tienda cuenta con estacionamiento exclusivo para nuestros clientes, ubicado en la parte inferior de la tienda, lo que facilita el acceso sin preocupaciones de espacio.

03

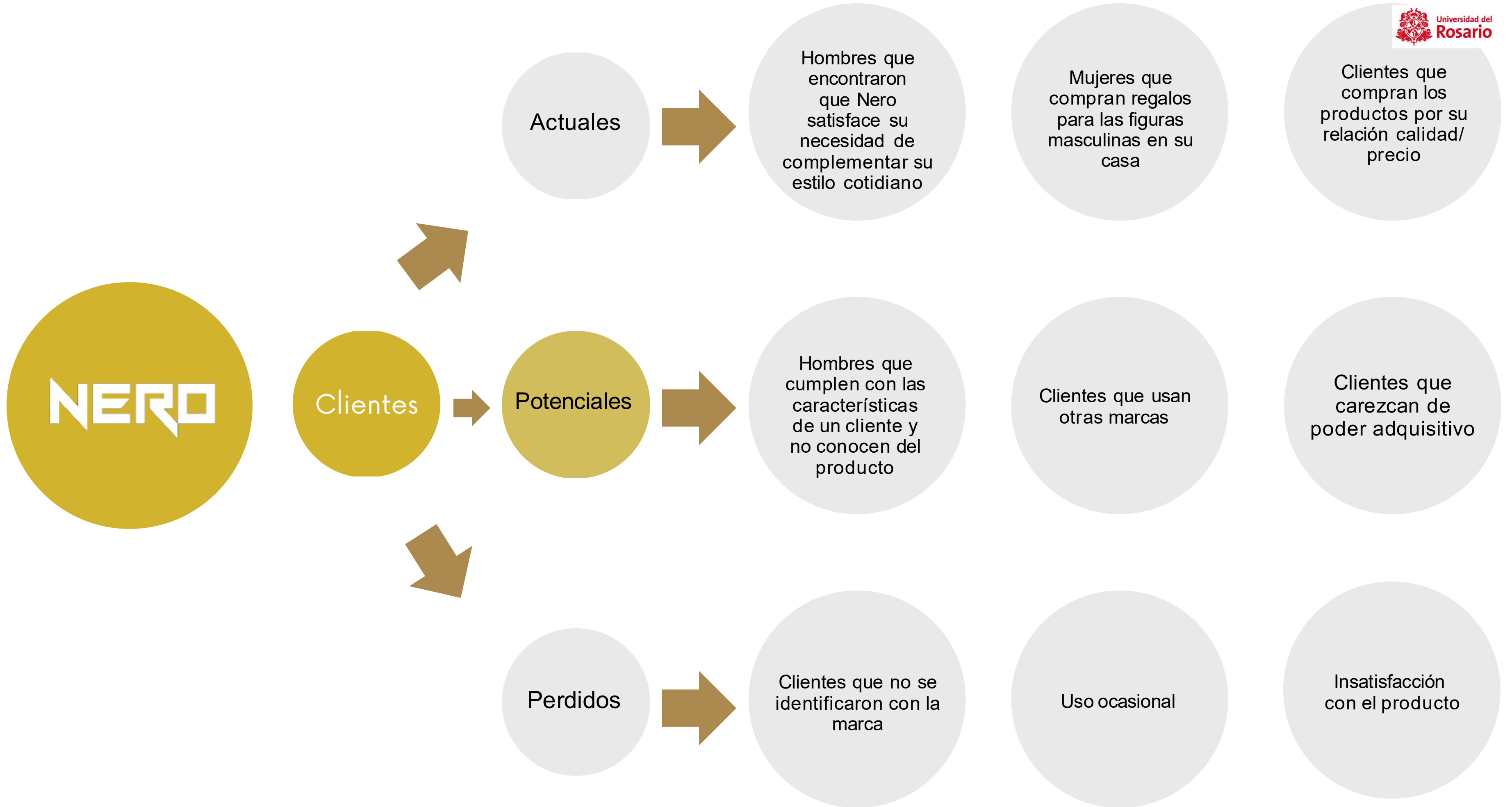
¿Tienen tienda en línea?

Sí, contamos con un espacio web que es más que una tienda en línea donde podrán nuestros clientes explorar todos nuestros productos y realizar compras desde la comodidad de su hogar. Además, ofrecemos opciones de envío rápido y seguro.

06

PLAN DE MARKETING DIGITAL





BATERIA DE INSIGHTS Y PAINS

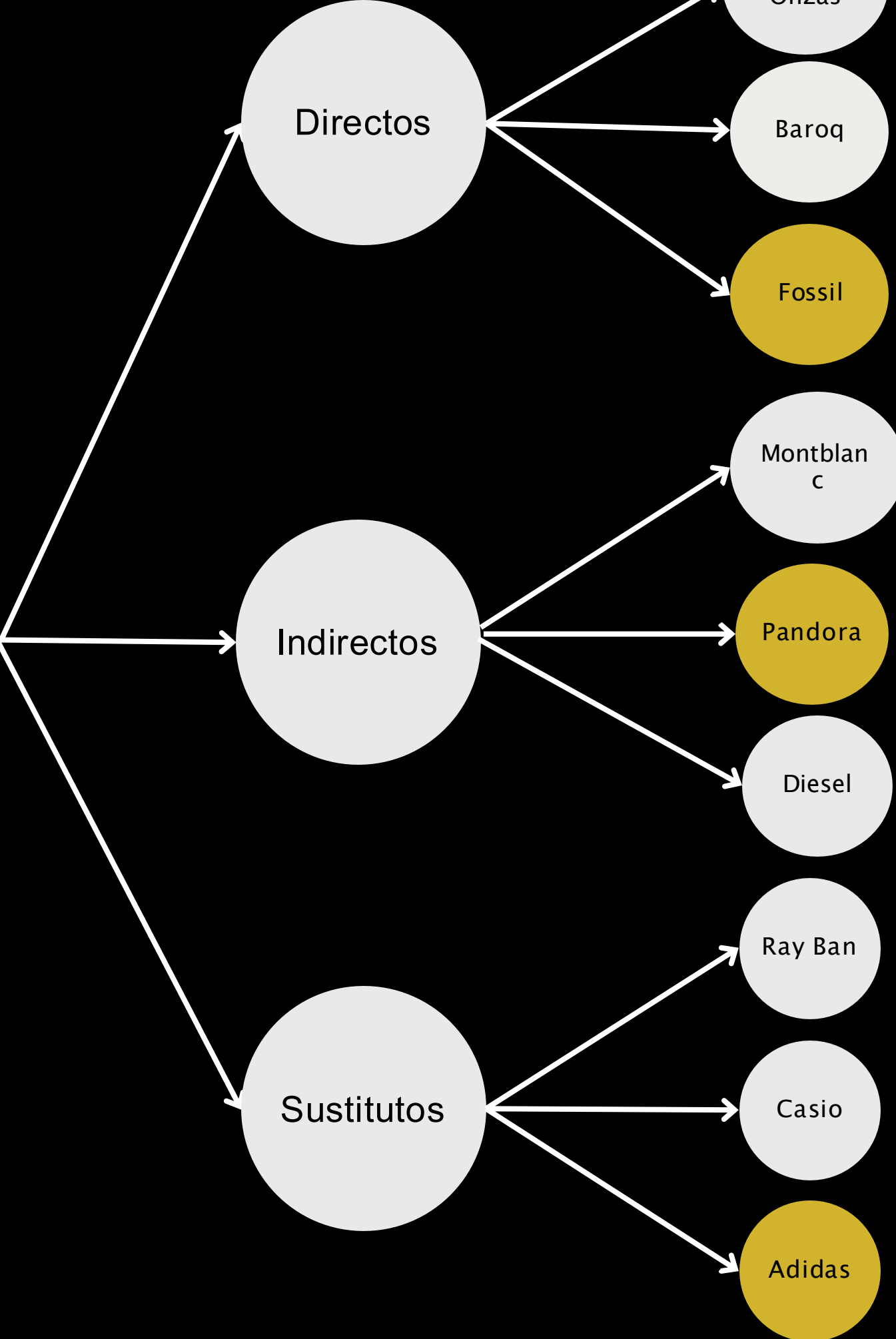
Insights

- Clientes que usen perfume a diario.
- Los hombres buscan impresionar a otros hombres y no a mujeres (prestigio).
- Clientes que usan réplicas solo por llevar el nombre de la marca.

Pains

- Clientes que se preocupan por la calidad de los accesorios.
- Clientes que desean evitar lo común.
- Clientes que sienten inseguridad sobre el estilo personal.
- Clientes que no tienen accesorios de calidad a precios asequibles.

MAPA DE PÚBLICOS PRIORIZADOS



TOUCHPOINT MAP

Competidor #1 (Adidas)

- Método no usado
- Método usado
- Método estrella



TOUCHPOINT MAP

Competidor #2 (Pandora)

- Método no usado
- Método usado
- Método estrella

Online

Offline



TOUCHPOINT MAP

Competidor #3 (Fossil)

- Método no usado
- Método usado
- Método estrella

Online

Offline



TOUCHPOINT MAP NERO

- Método no usado
- Método usado
- Método estrella

Online

Offline



MATRIZ DE TEMÁTICAS

NERO	ADIDAS	PANDORA	FOSSIL
<ul style="list-style-type: none"> • Concurso boleta Feid. • Productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • 100 años de la Federación Colombiana de Fútbol. • Colaboración Bad Bunny y Messi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Accesorios para temporada de Halloween. • Anillos de piedras preciosas azules. 	<ul style="list-style-type: none"> • Frases motivacionales. • Lanzamiento colección en colaboración a la película del Mago de Oz.
<ul style="list-style-type: none"> • Lanzamiento colaboración Mokap x Nero. • Contenido de productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevo producto (Tenis para pádel). • 5K con influencers usando tenis Supernova de adidas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboración con influencers. • Producto para temporada de navidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Productos. • Lanzamiento colección en colaboración con Marvel.
<ul style="list-style-type: none"> • Colaboraciones con marcas muy conocidas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboración con influencers conocidos. • Eventos deportivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Accesorios de acuerdo a la temporada. • Colaboración con marcas reconocidas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos lanzamientos.

MATRIZ DE IMPACTO

TOFU

A1. amenaza de presencia de marca

D1. tendencias en campañas en Meta

MOFU

A2. estrategias en página web de experiencia

D2. beneficios poco expresados en pautas

BOFU

A3. índice de clientes recurrentes bajo

D3. eventos de fidelización

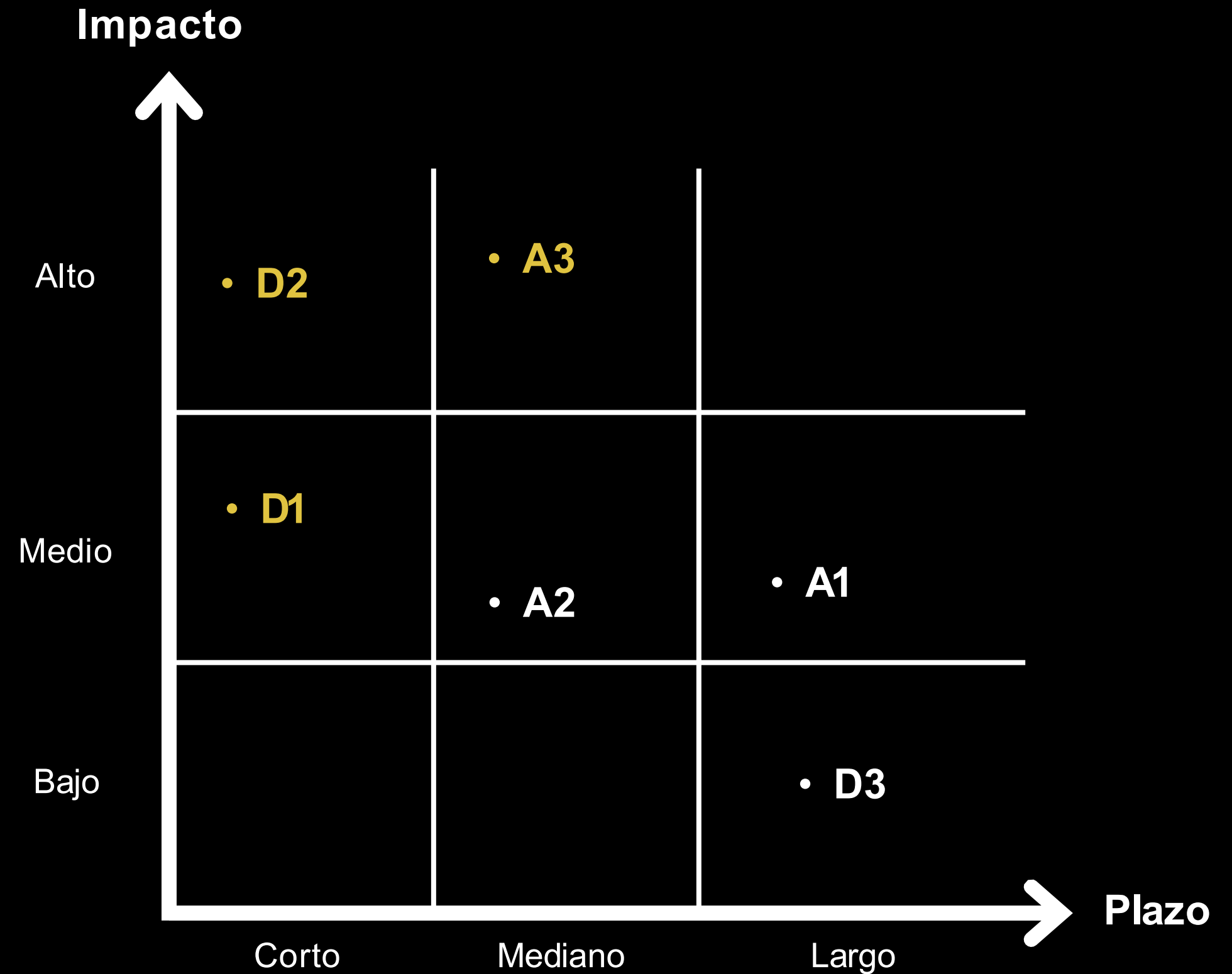
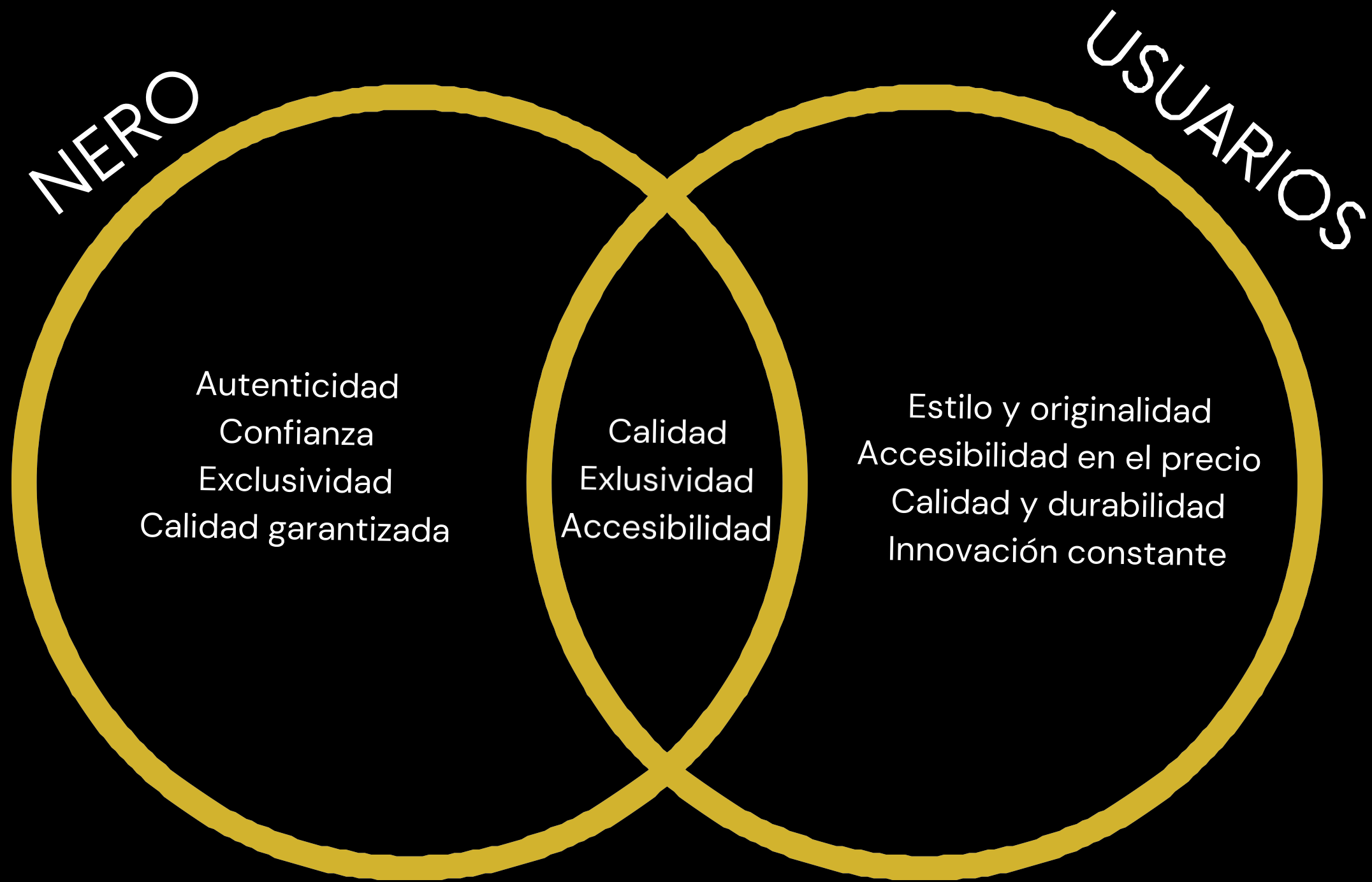
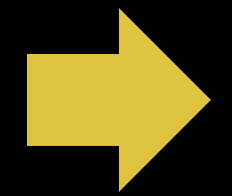


DIAGRAMA DE RELEVANCIA COMUNICATIVA



POINT OF PARITY VS POINT OF DIFFERENCE

Point Of Parity	Point Of Difference
Accesibilidad	Calidad + Exclusividad
	=
	PREMIUM



Brand Essence:
PREMIUM

ARQUETIPO

➔ GOBERNADOR

- Enlace Key words:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1yVElepCX6-_YNgobjPQxvxLi0ojpRjYn-Ly6KWRJCcM/edit?usp=sharing

- Enlace estrategias/tácticas:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1PgoED-43SCsEE6ikU6qSBAI1chkhrfYp7ytFIIIARII/edit?usp=sharing>

SOCIAL MEDIA MARKETING



BRAND ESSENCE

Point Of Parity

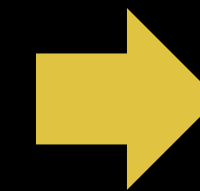
Point Of Difference

Accesibilidad

Calidad + Exclusividad

=

PREMIUM



Brand Essence
PREMIUM

TOFU

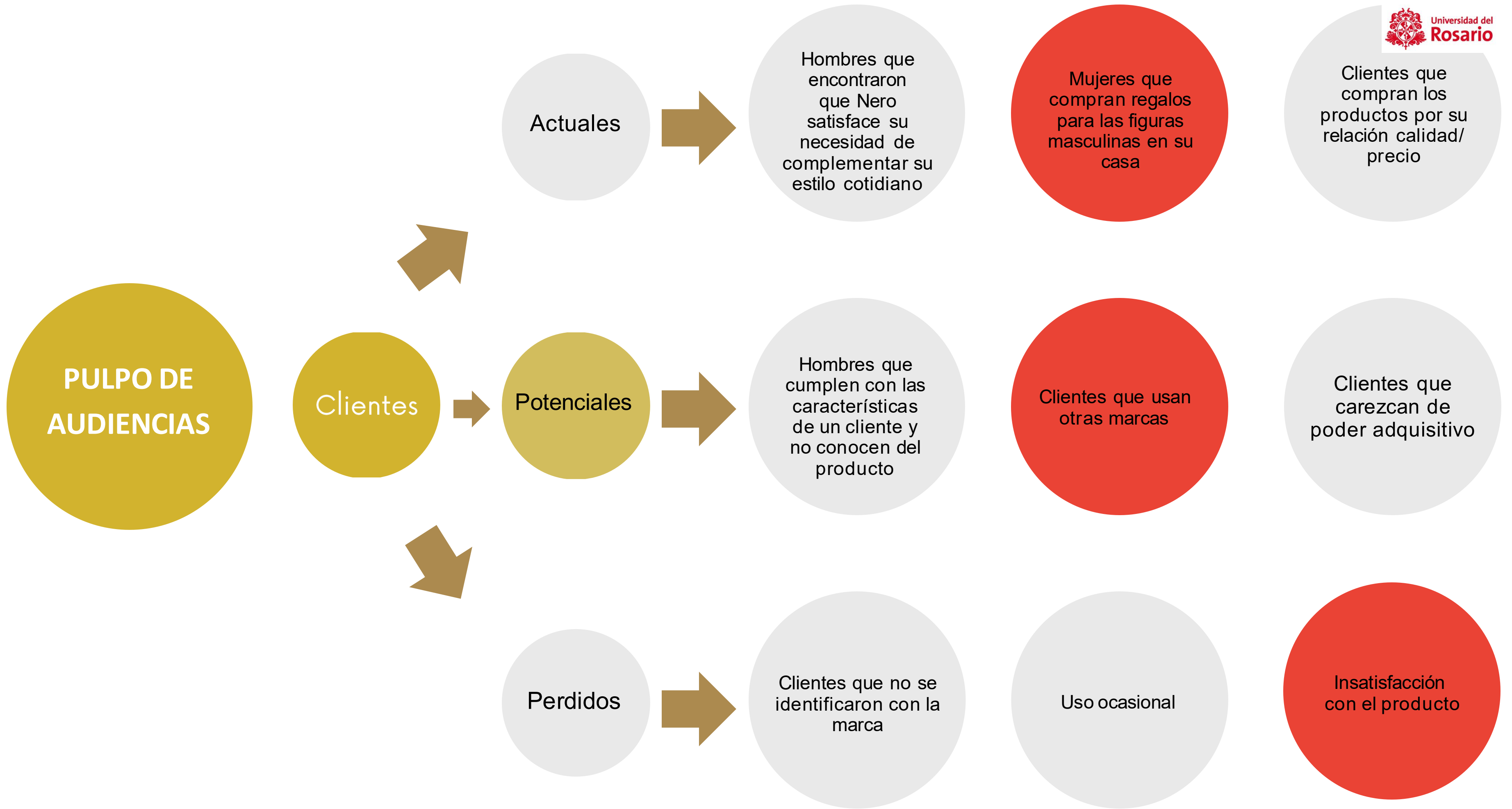
- Incrementar en un 15% el nivel de impresiones en las pautas de Nero en meta en un plazo de 12 meses.

MOFU

- Lograr que 4 de cada 10 usuarios prefieran a la marca por los beneficios de los productos en las pautas en 6 meses.

BOFU

- Conseguir que el 35% de los usuarios que compraron la marca hagan su recompra en menos de 1 año.





Lo que
llevas
habla
aunque no
hables

LINK DE CONTENIDOS



- **Template Social Media**

https://docs.google.com/file/d/1sHskZvMI9m7ltepVqRchQzK4CLT3KyyH/edit?usp=docslst_api&filetype=msexcel



BENCHMARKING DIGITAL



TENDENCIAS DE COMPRA 2025



RECUPERACIÓN DEL PODER ADQUISITIVO

Los consumidores están comprando más, lo que representa una oportunidad para Nero de incentivar compras con estrategias promocionales y ofertas atractivas.



MAYOR CONCIENCIA AMBIENTAL

El crecimiento de los consumidores "eco-activos" sugiere que integrar prácticas sostenibles en la producción y comunicación de Nero puede atraer a este segmento.



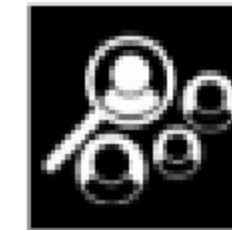
MENOS VISITAS A PUNTOS DE VENTA, PERO CARRITOS MÁS LLENOS

Los consumidores van menos a tiendas físicas, esto significa que Nero debe optimizar su omnicanalidad, facilitando compras más grandes en cada pedido online.



CRECIMIENTO DE LA OMNICALIDAD

Los consumidores en Bogotá y el Pacífico son más omnicanales, mientras que en Antioquia y el Atlántico son más tradicionales.

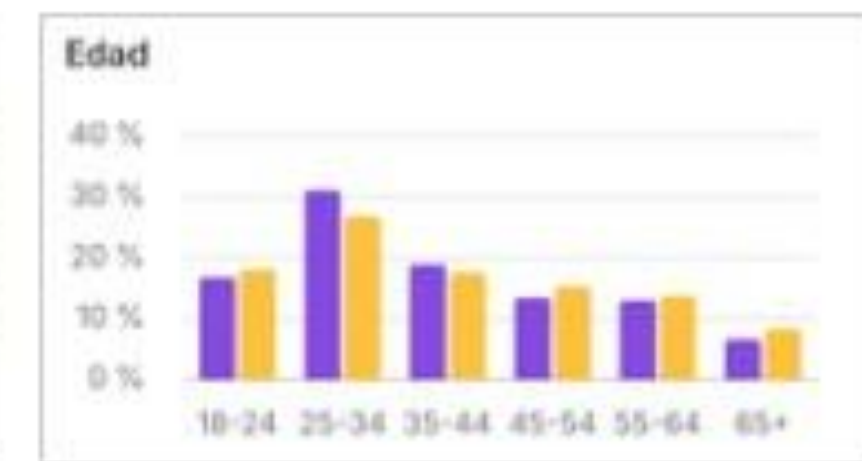


SEGMENTACIÓN POR EDAD Y CANAL

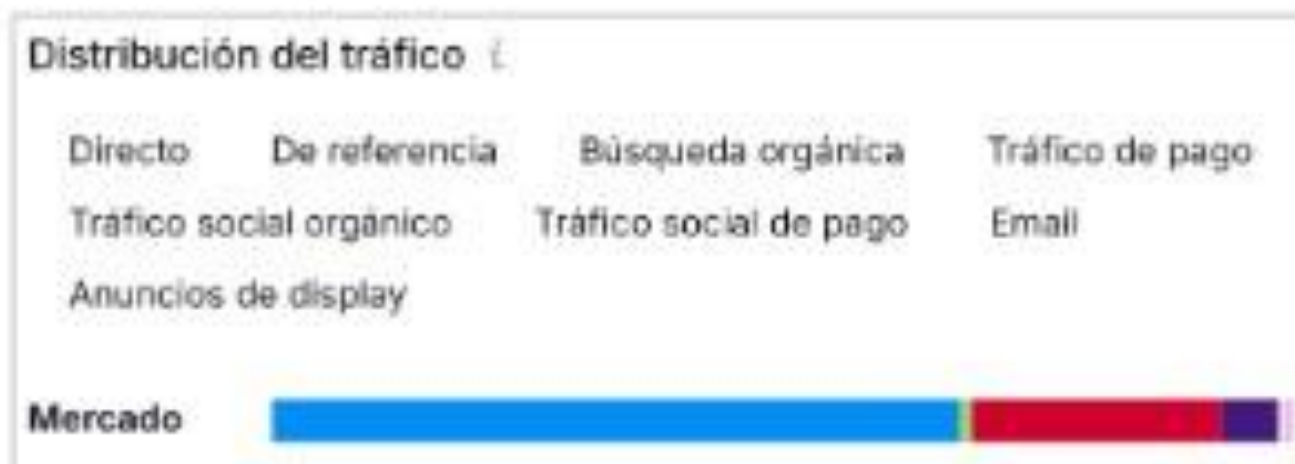
Compradores mayores de 50 años están más abiertos a compras en varios canales, mientras que los más jóvenes compran en menos puntos.



TRAFICO DIGITAL



Países	Cuota de mercado (%)	Tráfico	Cambios
Colombia	83,36 %	2,3 M	+73,09 %
Canadá	7,81 %	217,8 mil	+114,88 %
Estados Unidos	3,04 %	84,7 mil	+116,85 %
Venezuela	0,86 %	24 mil	-86,13 %
Chile	0,65 %	18 mil	-87,07 %



El análisis del mercado digital para febrero 2025, revela un mercado de aproximadamente 100 a 200 millones de usuarios en todo el mundo, generando cerca de 200 mil de visitas al mes. Con un coste del tráfico total de 1M de dólares. El tráfico se mantiene en decaída desde al rededor de diciembre de 2024. Con Colombia, Canadá, Estados Unidos, Venezuela y Chile como los principales generadores. El tráfico directo, tráfico de pago y la búsqueda orgánica son las principales fuentes de tráfico. Este público se concentra en edades de 25 a 34 años, distribuido en su mayoría entre mujeres.



BENCHMARKING WEBSITE

Consolidación en el mercado

Nivel moderado - alto de consolidación en el mercado.

Dejo	Arto
Jugadores clave	Cuota de mer...
pandoraoficial.com.co	78,69 %
neroconcept.com	17,62 %
baroqoficial.com	3,38 %

[Ver detalles](#)

Participación en las visitas

[Exportar a CSV](#)

1 pandoraoficial.c...	78,69 %
2 neroconcept.com	17,62 %
Ver detalles	Total 492,3 mil
3 baroqoficial.com	3,38 %
4 cuarentaonzas.c...	0,31 %

Distribución del tráfico

Directo De referencia Búsqueda orgánica Tráfico de pago
Tráfico social orgáni... Tráfico social de pago Email
Anuncios de display



Dominios de tu lista 1-4 (4)

[Solicitar un informe personalizado](#)

[Exportar a CSV](#)

Dominio	Visitantes únicos	Páginas / Vista	Duración med. de visita	Tasa de rebote	Participación en las visitas
pandoraoficial.com.co 🌐	1,1 M +77,59 %	3,7 +2,17 %	05:59 +5,1 %	46,43 % +3,41 %	78,69 %
neroconcept.c... 🌐 Tu	203,4 mil +85,32 %	4,2 +93,08 %	05:40 +12,83 %	49,8 % +50,83 %	17,62 %
baroqoficial.com 🌐	85,4 mil +2,13 %	3,2 +123,76 %	03:15 +96,71 %	42,19 % +216,83 %	3,38 %
cuarentaonzas.com 🌐	7,7 mil +100 %	2,6 +100 %	03:04 +100 %	80,54 % sin cambios	0,31 %

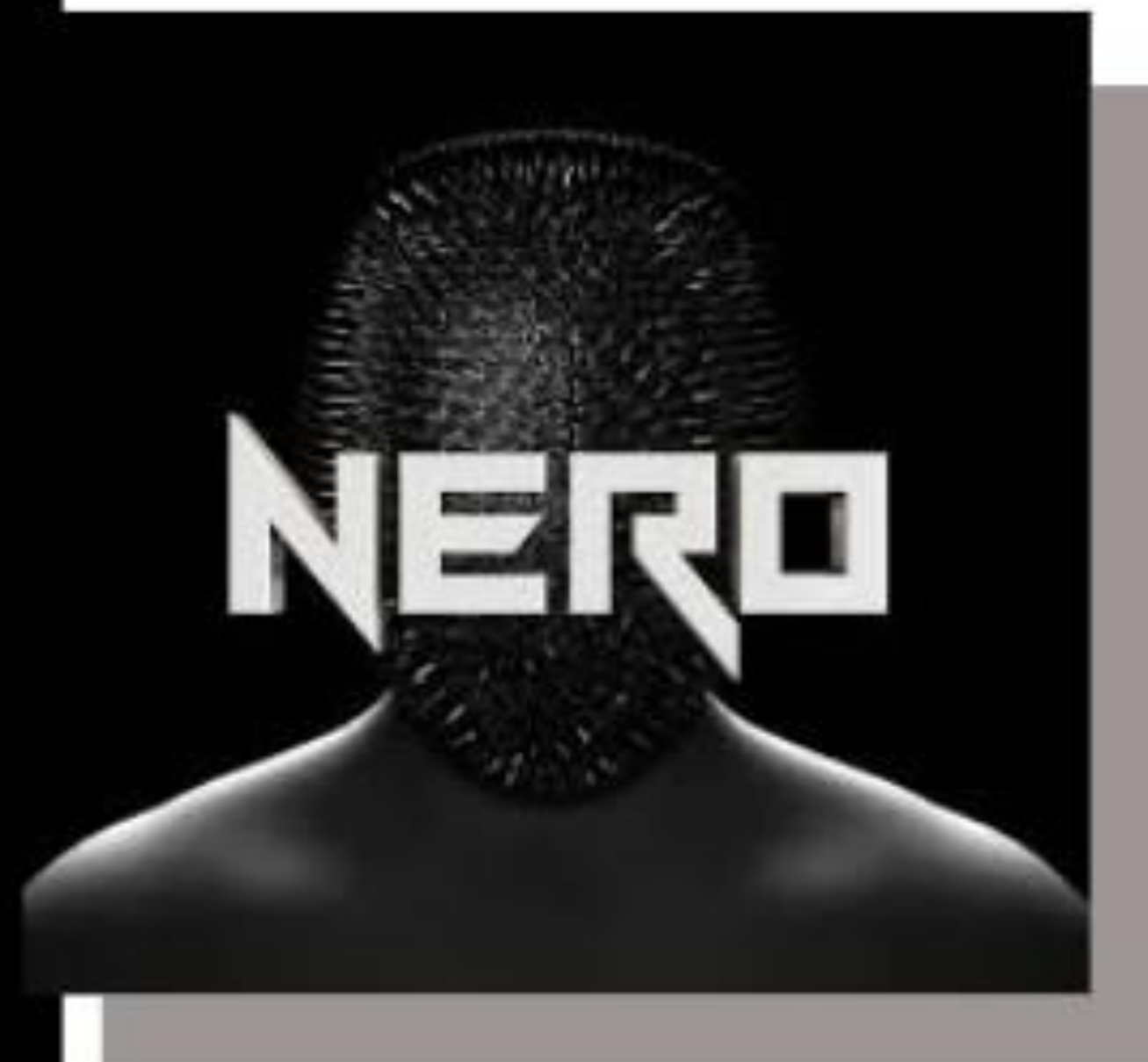
AUDITORIA DEL SITIO



La auditoria del sitio de Nero revela una buena puntuacion SEO con posibilidades de mejora. mostrando una velocidad de carga de 2,5 segundos la cual ideal pero puede optimizarse, asi como un mal tiempo de interactividad entre los clics del usuario, debemos utilizar estrategias y optimizaciones para hacer la pagina mas responsiva.

OPORTUNIDADES DE MEJORA

- Aumentar backlinks: Se pueden generar estrategias para que otras páginas enlacen a los productos y mejorar su visibilidad.
- Optimizar los productos: Algunos productos apenas tienen tráfico. Es posible que necesiten una mejor estrategia de palabras clave o contenido SEO.
- Mejorar la presencia en redes sociales: Facebook es fuerte, pero otras plataformas como Pinterest podrían ser mejor aprovechadas, especialmente porque es popular en nichos de moda y accesorios.



OBJETIVO: DESTINO DIGITAL


Posicionar a Nero como líder en accesorios bañados en oro para hombres en Colombia, maximizando el crecimiento del e-commerce mediante la captación de audiencias estratégicas y la optimización de conversiones digitales.



TACTICAS

KR
992.000
VISITAS
PRINCIPALMENTE
DE
USUARIOS
ENTRE
25-34 AÑOS


Estrategia Awareness



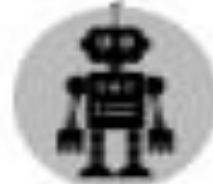
Mes 1
Contenidos interactivos en Meta.



Mes 2
Podcast con influencers de moda.



Mes 3
Contenido educativo sobre uso y limpieza de joyas.



Mes 4
Uso de IA videos cortos tipo reel.

KR
297.600
VISITAS DE
MUJERES

TACTICAS



TACTICAS

KR

**MANTENER
ENTRE 1,8 A
2,5% DE
CONVERSIÓN
DE COMPRA**



Mes 9

Crear box de venta cruzada para Amor y Amistad.



Mes 10

Fidelizar clientes con email marketing con raspa y gana digital de descuentos hasta del 15% off.



Mes 11

Atraer clientes nuevos a tienda física para captar leads con activaciones y beneficios.



Mes 12

Influencer (Daniela Salazar) regalo perfecto para su pareja en Navidad.



PRESUPUESTO KR 1 (USD)

Resumen Total (4 meses):

Gasto estimado	Mínimo	Máximo
Pauta	\$6.500	\$11.500
Producción y contenido	\$1.000	\$2.500
Influencers/podcast	\$600	\$1.500
Total aprox.	\$8.100	\$15.500

Acc 1 Pauta
suma
dividom 2
Promedio
Dividir 4
Mulp 4.200

Durante los primeros cuatro meses se implementará un plan de marketing digital escalonado. En el mes 1 se usarán contenidos interactivos en Meta (FB e IG) con pauta estimada para alcanzar hasta 250k personas, con un costo total de USD \$2.800 – \$5.100. En el mes 2, se lanzará un podcast con influenciadores de moda, incluyendo producción y pauta, con un total de USD \$1.600 – \$4.300. El mes 3 estará enfocado en contenido educativo sobre el uso y limpieza de joyas, con una inversión de USD \$1.800 – \$3.100. Finalmente, en el mes 4 se crearán videos tipo reel utilizando IA, distribuidos con pauta en redes, con un costo de USD \$1.900 – \$3.100.



PRESUPUESTO KR 2 (USD)

Resumen Total (Meses 5 al 8)

Gasto estimado	Mínimo	Máximo
Pauta y Ads	\$4.600	\$8.200
Producción + Influencers	\$1.800	\$3.600
Lives / Display	\$1.800	\$2.400
Total aprox.	\$8.200	\$14.200

En el mes 5, se activarán microinfluencers femeninas de moda y pareja, con al menos 4 colaboraciones, gestión de contenido y pauta, por un total de USD \$1.300 – \$2.700. En el mes 6, se lanzarán campañas Smart+ en TikTok enfocadas en regalos para hombre, combinando pauta y contenido nativo, con una inversión de USD \$2.300 – \$4.600. El mes 7 incluirá IG Lives con mujeres hablando de relaciones, sumando honorarios, diseño y pauta, con un presupuesto de USD \$1.300 – \$2.500. Para cerrar, el mes 8 se enfocará en Display Ads en sitios para mujeres, con alcance de hasta 300k y creatividades gráficas, por un total estimado de USD \$1.400 – \$2.400.



PRESUPUESTO KR 3 (USD)

Resumen Total Actualizado (Meses 9 al 12)

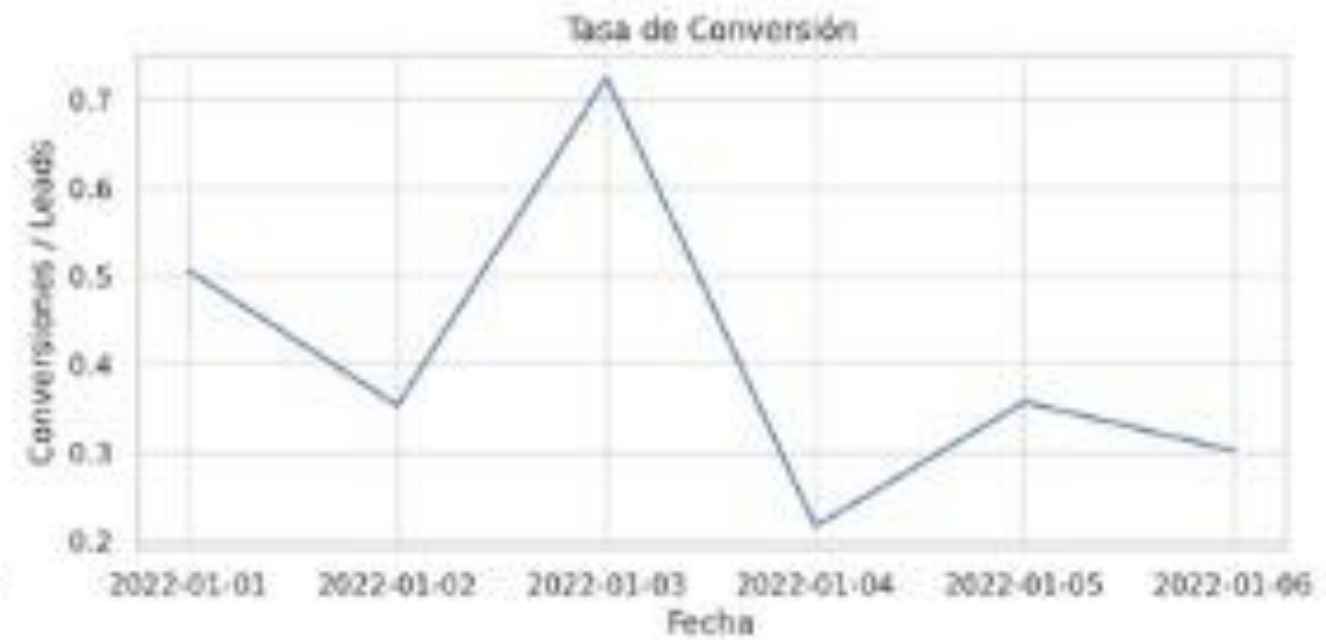
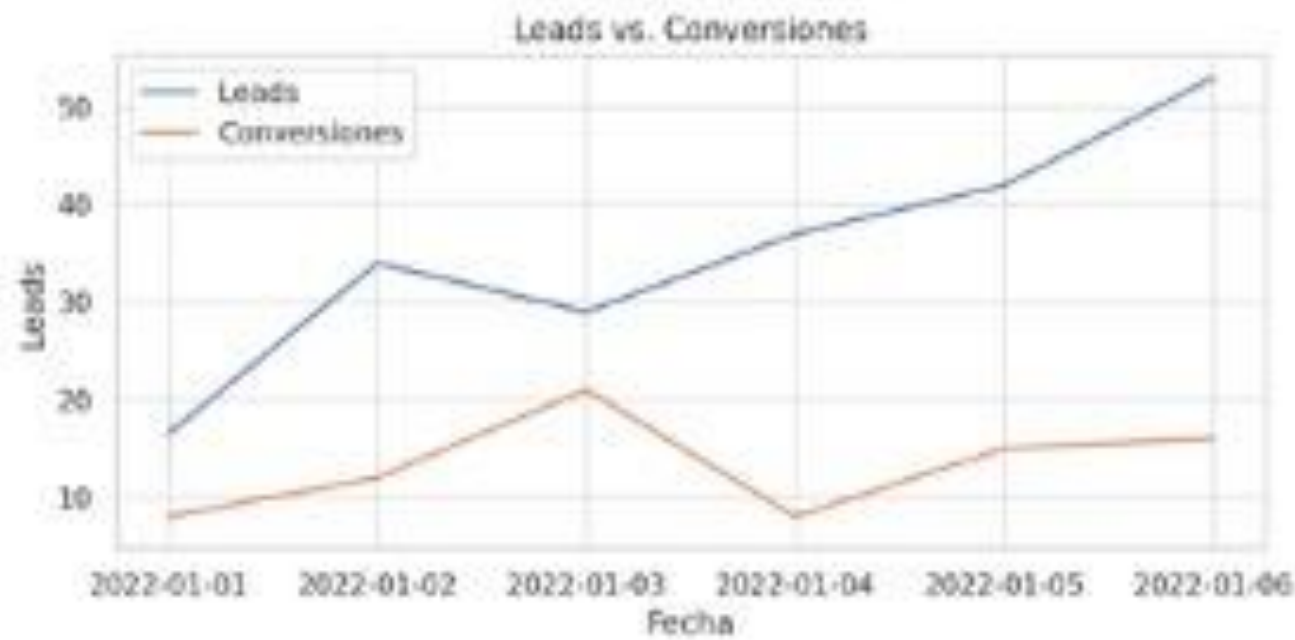
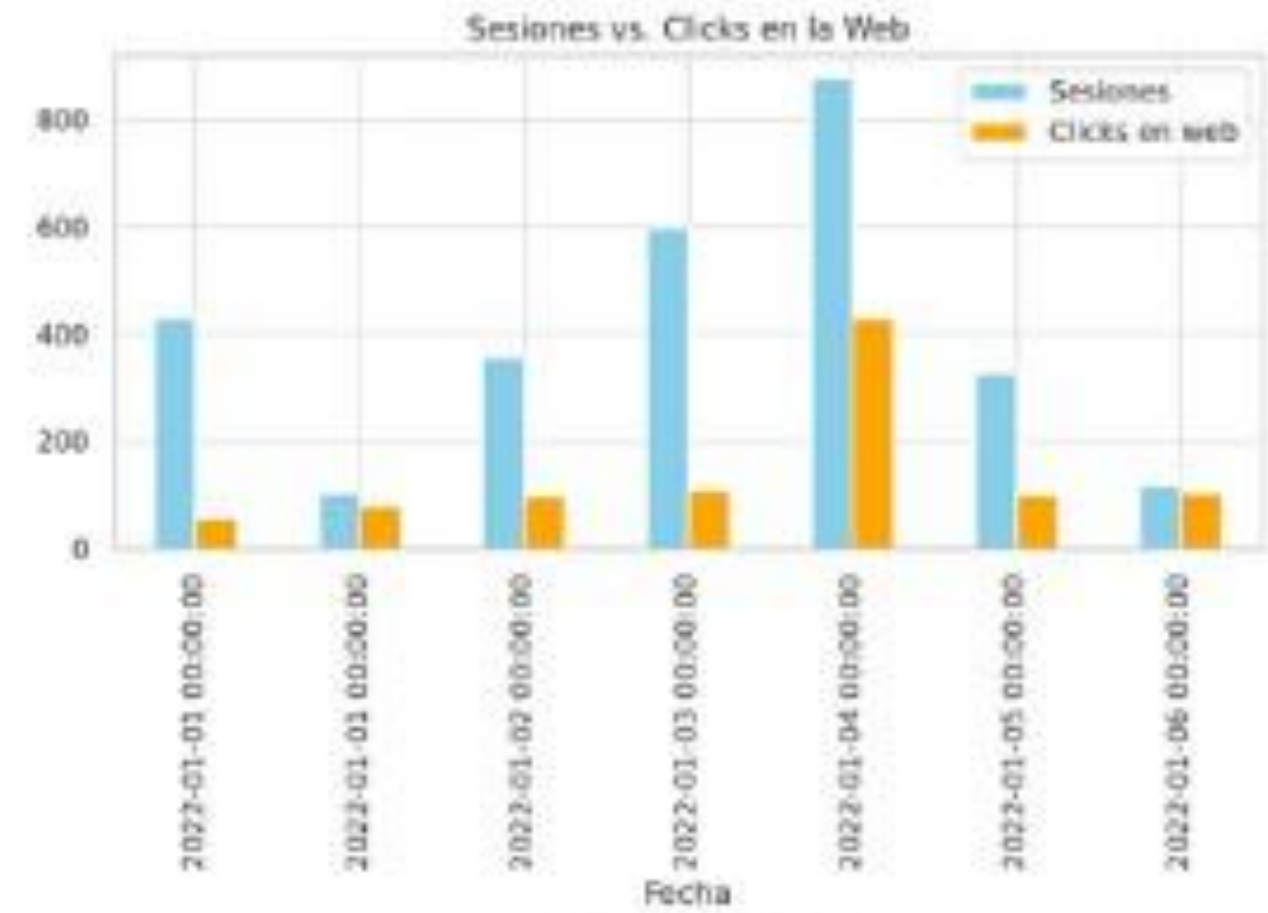
Gasto estimado	Mínimo	Máximo
Producción / Activaciones	\$1.000	\$1.800
Email + fidelización	\$800	\$1.700
Influencer + Navidad	\$2.500	\$4.000
Publicidad complementaria (Ads)	\$1.600	\$2.400
Total aprox.	\$5.900	\$9.900

En el mes 9, se lanzará una box de venta cruzada por Amor y Amistad, con diseño, campaña y pauta, por un total estimado de USD \$1.250 – \$2.300. En el mes 10, se implementará una acción de email marketing con raspa y gana digital, incluyendo software, desarrollo creativo y redención de descuentos, con un costo de USD \$800 – \$1.700. En el mes 11, se realizarán activaciones físicas en tienda con decoración, dinámicas y logística, con una inversión de USD \$900 – \$1.800. Finalmente, en el mes 12, se contará con Daniela Salazar como influencer en una campaña navideña amplificadora con Ads, con un presupuesto de USD \$2.500 – \$4.000.



RESUMEN DEL EXITO

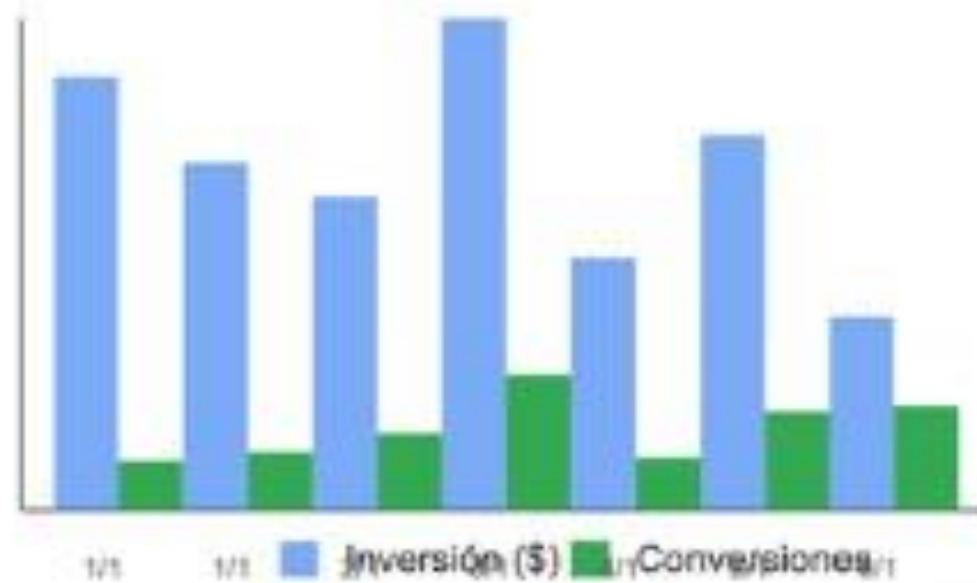
Rendimiento General del Sitio Web



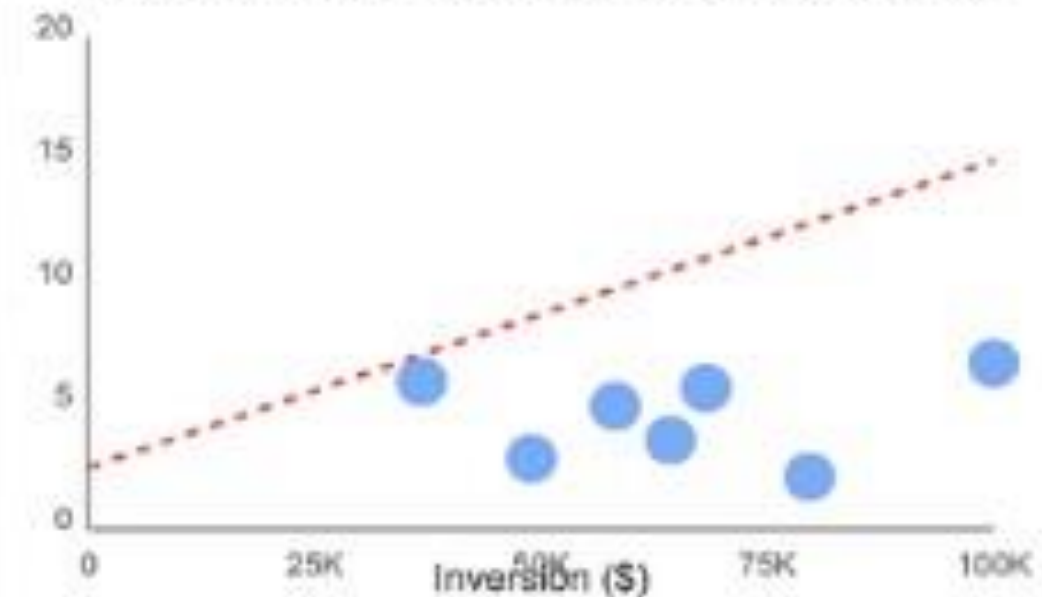


RETORNO DE INVERSIÓN DIGITAL

Inversión vs. Conversiones



Correlación Inversión-Conversiones



Costo por Conversión (CPC)

\$5,078.41

Promedio CPC



Análisis de Eficiencia

Hallazgos clave:

- Mayor ROI: 6/1 (\$2,250 por conversión)
- Menor ROI: 1/1 (\$11,143 por conversión)
- No hay correlación directa entre inversión y cantidad de conversiones
- La inversión promedio por conversión es de \$5,078.41
- Tendencia: CPC disminuye en últimos días



DATOS RELEVANTES

- El CPC varió a lo largo del tiempo, lo cual sugiere que hubo días donde la eficiencia de la inversión fue mejor (más conversiones con menos inversión).
- Identificar los días de menor CPC podría ayudarte a optimizar la estrategia publicitaria.
- La eficiencia del gasto mejora en los últimos días del periodo analizado.
- El día 6/01 muestra el mejor rendimiento de inversión con el CPC más bajo.
- No existe una correlación directa entre el monto invertido y el número de conversiones obtenidas.
- Se observa una tendencia a la baja en el CPC, lo que sugiere una optimización progresiva de las campañas.

RECOMENDACIONES Y PUNTOS DE MEJORA



Mejorar páginas de producto:
Añadir keywords, mejorar copy
y visuales



Aumentar backlinks hacia productos:
Estrategia de SEO off-page



Explorar tráfico pago:
No está siendo utilizado



Presencia multicanal:
Fortalecer Pinterest, TikTok
(segmentos moda joven)



Optimización técnica:
Mejorar interactividad y experiencia móvil

PRESUPUESTO DE VENTAS

Ejemplo de Gasto	Naturaleza	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Total Gastos Fijos													
cajas de empaque	Material de Empaque	\$ 450.000	\$ 837.500	\$ 1.125.000	\$ 1.175.000	\$ 1.400.000	\$ 2.412.500	\$ 1.620.000	\$ 955.000	\$ 1.782.500	\$ 660.000	\$ 1.000.000	\$ 3.207.500
cadenas	Materias Primas	\$ 3.900.000	\$ 6.500.000	\$ 10.400.000	\$ 19.500.000	\$ 20.800.000	\$ 39.000.000	\$ 5.850.000	\$ 15.600.000	\$ 9.360.000	\$ 8.190.000	\$ 9.230.000	\$ 53.300.000
dije	Materias Primas	\$ 600.000	\$ 2.100.000	\$ 3.600.000	\$ 3.000.000	\$ 1.920.000	\$ 7.200.000	\$ 2.400.000	\$ 2.850.000	\$ 1.620.000	\$ 900.000	\$ 2.760.000	\$ 7.500.000
anillo	Materias Primas	\$ 1.680.000	\$ 3.780.000	\$ 2.520.000	\$ 3.780.000	\$ 1.680.000	\$ 6.300.000	\$ 8.820.000	\$ 2.352.000	\$ 1.121.400	\$ 2.982.000	\$ 5.040.000	\$ 4.116.000
arete	Materias Primas	\$ 1.920.000	\$ 2.400.000	\$ 3.600.000	\$ 1.440.000	\$ 1.344.000	\$ 2.280.000	\$ 1.512.000	\$ 1.968.000	\$ 936.000	\$ 1.008.000	\$ 2.040.000	\$ 7.560.000
pulsera	Materias Primas	\$ 500.000	\$ 1.250.000	\$ 2.000.000	\$ 3.500.000	\$ 6.400.000	\$ 9.000.000	\$ 12.500.000	\$ 1.450.000	\$ 1.110.000	\$ 2.900.000	\$ 1.600.000	\$ 10.500.000

ESTADOS FINANCIEROS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total Venta Bruta	\$ 934.287.000	\$ 1.074.430.050	\$ 1.235.594.558	\$ 1.420.933.741	\$ 1.634.073.802
Devoluciones y descuentos (%)					
Total Devoluciones y Descuentos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Venta Neta	\$ 934.287.000	\$ 1.074.430.050	\$ 1.235.594.558	\$ 1.420.933.741	\$ 1.634.073.802
Costo de Ventas	\$ 528.799.375	\$ 608.119.281	\$ 699.337.173	\$ 804.237.749	\$ 924.873.412
Utilidad Bruta	\$ 405.487.625	\$ 466.310.769	\$ 536.257.385	\$ 616.695.992	\$ 709.200.390
Margen Bruto	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos Administrativos	\$ 97.200.000	\$ 104.976.000	\$ 113.374.080	\$ 122.444.006	\$ 132.239.527
Gastos de Ventas	\$ 30.000.000	\$ 33.000.000	\$ 36.300.000	\$ 39.930.000	\$ 43.923.000
Presupuesto de Mercadeo	\$ 32.025.000	\$ 35.868.000	\$ 40.172.160	\$ 44.992.819	\$ 50.391.958
Utilidad Operacional - Ebit	\$ 246.262.625	\$ 292.466.769	\$ 346.411.145	\$ 409.329.167	\$ 482.645.905
Mergen Ebit	26%	27%	28%	29%	30%
Análisis Vertical					
Costo de Ventas	0,565992436	0,565992436	0,565992435	0,565992436	0,565992436
Utilidad Bruta	0,766808064	0,766808065	0,766808066	0,766808065	0,766808063
Margen Bruto	1,07033E-09	9,30726E-10	8,09327E-10	7,03763E-10	6,11967E-10
Gastos Administrativos	223959230,3	241875968,6	261226045,9	282124128,9	304694060,7
Gastos de Ventas	0,308641975	0,314357567	0,320179004	0,326108246	0,332147286
Presupuesto de Mercadeo	1,0675	1,086909091	1,106671074	1,126792362	1,147279512
Utilidad Operacional - Ebit	7,689699454	8,153974824	8,623164525	9,097655495	9,577835912
Mergen Ebit	1,07033E-09	9,30726E-10	8,09327E-10	7,03763E-10	6,11967E-10

✓ Conclusiones Generales

- **Rentabilidad:** El negocio proyecta ser cada vez más rentable y eficiente.
- **Crecimiento:** Hay un crecimiento sostenido tanto en ingresos como en utilidades.
- **Control:** Muestra buen control de gastos y costos sin sacrificar márgenes.
- **Escalabilidad:** El modelo parece ser escalable y bien estructurado.

Propuesta para Inversionistas

Inversión Solicitada

300.000.000

Uso de Fondos

Maquina de fabricación y laminado para reducir costos evitando tercerizar la producción

Retorno Esperado

TIR anual 21%

300.000.000 a 5 años \$ 508.076.454,54

B/C = 1,69

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-300 M	101,6 M	101,6 M	101,6 M	101,6 M	101,6 M

Conclusiones

- Nero Concept se ha destacado en el mercado de accesorios masculinos gracias a su enfoque en la exclusividad, calidad superior y diseño innovador, conectando con hombres que buscan expresar su estilo personal.
- El desarrollo del plan de marketing digital reveló diversas oportunidades para fortalecer la presencia de la marca mediante estrategias como email marketing, SEO, redes sociales y alianzas estratégicas.
- Aunque Nero cuenta con una comunidad digital amplia, es necesario mejorar su gestión mediante campañas segmentadas, contenido relevante y herramientas de inteligencia artificial para lograr mayor impacto y conexión con los clientes.
- La marca tiene una gran oportunidad de crecimiento en mercados globales, por lo que deberá fortalecer su presencia en plataformas internacionales y adaptar su propuesta de valor a distintos contextos culturales.

Bibliografía



Nero Concept. (s.f.). Joyería del futuro. <https://www.neroconcept.com>

Semrush. (s.f.). Data-driven marketing tools to grow your business. <https://es.semrush.com>

Fanpage Karma. (s.f.). Gestión de redes sociales profesional de manera sencilla. <https://www.fanpagekarma.com/inicio>

Patel, N. (s.f.). Ubersuggest: Herramienta gratuita de keywords. <https://neilpatel.com/ubersuggest>

EMIS. (s.f.). EMIS Next. <http://www.emis.com>

Similarweb. (s.f.). La empresa de datos digitales impulsada por IA líder en el mundo. <https://www.similarweb.com>

Hotspot Shield. (s.f.). Hotspot Shield. <https://www.hotspotshield.com>